



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.

**PRAKTIK PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM
AKTIVITAS JURNALISME:
STUDI KASUS PADA DETIKCOM**

SKRIPSI



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

Angelia

13140110077

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

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, 17 Agustus 2017



Angelia

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Praktik Penggunaan Instagram dalam
Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus pada Detikcom”**

oleh

Angelia

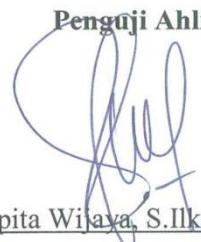
telah diujikan pada 03 Agustus 2017, pukul 08.30 s.d. 10.00 dan
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Veronika, S.Sos, M.si.

Penguji Ahli



Lupita Wijaya, S.Ikom., M.A.

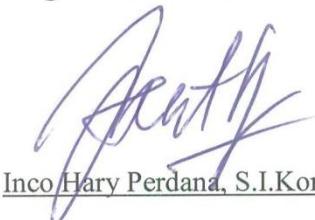
Dosen Pembimbing



Adi Wibowo Octavianto, S.Sos., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunia-Nya penulis mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Praktik Penggunaan Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus pada Detikcom” dengan tepat waktu dan hasil yang maksimal.

Skripsi ini telah penulis susun dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga memperlancar penggerjaannya, oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah berkontribusi. Pihak-pihak tersebut seperti:

1. Adi Wibowo Octavianto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam proses penulisan skripsi.
2. Para narasumber: Nenden Alifa, Lucky Aprilianto, dan Mega Agniya yang telah memberikan waktu dan kesediaan untuk diwawancara, serta membantu penulis dalam memberikan wawasan mengenai penggunaan Instagram di Detikcom.
3. Keluarga penulis yang telah mendukung penulis baik secara materi maupun moril.
4. Cynthia Novela, Della Widiawan dan Nila Adiwijaya yang telah menemani, berbagi pemikiran, menyemangati dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari semuanya, penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam skripsi ini, maka dari itu dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran yang berguna untuk skripsi ini.

Tangerang, 17 Agustus 2017

Angelia

ABSTRAK

Praktik Penggunaan Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus pada Detikcom

Oleh: Angelia

Penelitian ini membahas media sosial Instagram yang digunakan/dimanfaatkan oleh Detikcom sebagai perpanjangan tangan untuk penyebarluasan beritanya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana media online (Detikcom) mendefinisikan dan mengkonstruksikan Instagram sebagai saluran distribusi informasi atau berita.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori Social Construction of Technology (SCOT) terkandung empat tema di dalam SCOT yakni Relevant Social Groups, Interpretative Flexibility, *Closure and Stabilization*, dan *Wider Context*. Teori ini membahas bahwa teknologi merupakan hasil dari konstruksi sosial. Di penelitian ini, peneliti juga menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus penelitian pada paradigma konstruktivis, metode analisis yang digunakan yaitu studi kasus model Robert E Stake.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menemukan bahwa; Pertama *Relevant Social Groups* sebagai aktor atau kelompok sosial yang memiliki pandangan berbeda yakni sebagai penyebaran informasi dan ruang iklan; Kedua *Interpretative Flexibility* yang merupakan pandangan kelompok sosial terdapat lima varian fungsi, meliputi: 1) penyebaran informasi, 2) pemasaran, 3) mensosialisasikan Instagram ke pembaca, 4) pemenuh kebutuhan pembaca masa kini, 5) interaktivas; Ketiga *Closure & Stabilization* yang berarti perdebatan yang mencapai kesepakatan, di Detikcom meski pada awalnya terdapat perdebatan tetapi sudah ditemukan kesepakatan dengan munculnya *guideline* atau buku panduan penggunaan Instagram; Keempat *Wider Context*, dorongan yang memicu Detikcom menggunakan Instagram berupa 1) gaya hidup, yakni di zaman sekarang masyarakat tidak terlepas dari penggunaan media sosial 2) konsumsi media ialah mengakses informasi/berita melalui media sosial dalam hal ini Instagram dan 3) faktor persaingan dengan media lain.

Kata Kunci: Instagram, Teori Social Construction of Technology, Detikcom, Studi Kasus Robert E Stake.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian terdahulu	9
2.2 Media Sosial	14
2.2.1 Karakteristik Media Sosial	14

2.3 Berita	22
------------------	----

2.3.1 Nilai dan Struktur Berita	22
---------------------------------------	----

2.3.2 Penulisan Berita.....	24
-----------------------------	----

2.4 Social Construction of Technology (SCOT).....	25
---	----

2.5 Kerangka Pemikiran	29
------------------------------	----

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	30
-------------------------------------	----

3.2 Metode Penelitian.....	31
----------------------------	----

3.2.1 Studi Kasus	31
-------------------------	----

3.2.2 Tahapan yang Perlu Dilakukan Oleh Peneliti Studi Kasus Stake	39
---	----

3.3 Key Informan.....	39
-----------------------	----

3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
-----------------------------------	----

3.4.1 Wawancara.....	41
----------------------	----

3.4.2 Dokumen	46
---------------------	----

3.4.3 Observasi.....	46
----------------------	----

3.5 Keabsahan Data	47
--------------------------	----

3.5.1 Triangulasi.....	47
------------------------	----

3.6 Teknik Analisis Data	49
--------------------------------	----

3.6.1 Teknik Analisis Data Menurut Stake	49
--	----

3.6.2 Teknik Analisis Data Menggunakan Coding	50
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian	51
-----------------------------	----

4.2 Hasil Penelitian.....	52
---------------------------	----

4.3 Pembahasan	57
4.3.1 Relevant Social Groups.....	57
4.3.2 Interpretive Flexibility	59
4.3.3 Closure and Stabilization	64
4.3.4 Wider Context	67

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan	70
4.2 Saran.....	72
4.2.1 Saran Akademis	72
4.2.2 Saran Praktis.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur Instastory	5
Gambar 1.2 Fitur Video	5
Gambar 1.3 Fitur Multiple post	5
Gambar 2.1 Informasi Mengenai Akun Detikcom.....	16
Gambar 2.2 Terjadinya Interaksi Antar Pengguna.....	16
Gambar 2.3 Post yang Telah tersimpan di Detikcom	17
Gambar 2.4 Interaksi Love Artinya Menyukai Posting Tersebut	18
Gambar 2.5 Interaksi Berupa Komentar	20
Gambar 2.6 Konten yang Telah dibuat oleh Detikcom.....	20
Gambar 2.7 Penyebaran atau Share di Instagram	21
Gambar 2.8 Contoh Conflict, Prmoximity, dan Human Interest	23
Gambar 2.9 Adanya Elemen 5W + 1H dalam Posting Instagram Detikcom.....	25
Gambar 3.1 Contoh Gambar Instastory di akun detikcom.....	47
Gambar 4.1 Informasi Mengenai Total Post, Followers, Following, Likes & Comment Akun Instagram Detikcom	52
Gambar 4.2 SOP untuk Iklan di Akun Detikcom	56
Gambar 4.3 SOP Ads Sales akun Instagram Detikcom	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis Terdahulu	10
Tabel 3.1 Penjajaran dari Tiga Pendekatan Studi Kasus.....	32

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.5 Kerangka Pemikiran.....	29
-----------------------------------	----