

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat setiap tahunnya. Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, terutama dalam bidang ilmu pengetahuan. Hal ini sangat mempengaruhi kehidupan manusia sejak adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebelum adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, hal-hal yang dahulu dilakukan dengan cara yang cukup rumit dan memakan waktu yang lama, kini dapat dilakukan dengan berbagai alternatif dari adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang lebih mudah dan cepat yang dapat kita nikmati hingga saat ini. Manusia memiliki berbagai ide dan kreativitas yang dapat digunakan untuk melaksanakan aktivitas apapun serta menganalisis seluruh fenomena yang terdapat di dunia ini secara konkret.

Pesatnya perkembangan teknologi ditandai dengan adanya internet yang telah memunculkan media baru (*new media*) atau yang lebih dikenal dengan media sosial. Dimana keberadaan media sosial lebih menarik perhatian masyarakat khususnya pengguna media yang menjadikan media sebagai salah satu pilihan dalam mengakses berbagai informasi yang diperlukan.

Perkembangan media turut ambil bagian dalam penyebaran informasi. Media sosial menjadi salah satu media *mainstream* yang kini menjadi salah satu alat untuk mendapatkan informasi. Kecepatan dalam mengakses dan menyebarkan informasi yang cepat dan aktual menjadikan media sosial sebagai primadona pada zaman sekarang ini. Berbeda dengan media tradisional (surat kabar) yang memerlukan waktu lebih lama dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Salah satu cabang dari media online ialah adanya media sosial. Media sosial merupakan suatu interaksi sosial antara individu satu dengan individu yang lain dalam berbagi serta bertukar informasi. Media sosial terdiri dari ide, komentar, gagasan serta konten dalam komunitas virtual dan dapat memperkenalkan serta mentranslasikan metode berkomunikasi dengan teknologi baru yang berbeda dari media tradisional (Watson, 2009).

“Jumlah populasi penduduk di Indonesia berjumlah 272,1 juta jiwa. Menurut lembaga riset *We Are Social*, pada tahun 2020 pengguna aktif media sosial 160 juta. Hal ini mengalami kenaikan 17% dibandingkan pada tahun 2019” (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-pengguna-internet-di-indonesia>), diakses pada 25 Januari 2021.

Data ini menunjukkan bahwa jumlah penggunaan media sosial di Indonesia sangat tinggi. Hal ini juga memungkinkan aktivitas dalam mencari sumber informasi pada media sosial yang tinggi. Informasi yang terdapat dalam media sosial dikemas secara menarik, sederhana, dan informatif yang mencakup berbagai aspek kehidupan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Perkembangan media sosial tidak dapat dilepaskan dari pengaruh internet. Suatu sistem yang saling berhubungan satu sama lain dalam berbagi informasi yang terdapat dalam satu server yang ditransmisikan dengan ribuan kilometer kabel yang terbentang diseluruh dunia, dan informasi bisa didapatkan secara individu di depan pc masing-masing. Apalagi perkembangan media sosial sebagai saluran jaringan global yang pesat, termasuk di Indonesia yang menjadi pengguna media sosial terbesar.

Keberadaan media sosial memiliki manfaat dan keunggulan bagi para penggunanya. Manfaat yang diberikan dapat memberikan kemudahan dalam mencari informasi. Kemudahan dalam memperoleh informasi tanpa batas ini menjadikan media sosial sebagai salah satu kebutuhan manusia dalam aktivitasnya sehari-hari. Adanya media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam pemenuhan kebutuhan informasi keilmuan dalam dunia akademik ataupun ilmu pengetahuan lainnya. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh kalangan generasi milenial saat ini diantaranya adalah Facebook, Line, Whatsapp, Twitter, Instagram, Telegram, FB Messenger. Masing-masing memiliki keunggulan khusus untuk memanjakan penggunanya. Namun, media sosial yang saat ini menjadi tren dan populer pada anak zaman *now* adalah instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang berbasis android dan iOS yang memungkinkan para penggunanya berbagi foto dan video yang disajikan dalam fitur pengolah foto dan video yang ditampilkan secara menarik yang dapat di bagikan dan di lihat oleh pengguna instagram lainnya. Fitur-fitur yang disajikan pada instagram dengan segala keunikan dan kemudahannya menjadikan instagram

sebagai media yang mampu memanjakan penggunanya. Maka tidak heran jika instagram kini menjadi media yang sangat diminati oleh banyak pengguna dari berbagai kalangan. Termasuk para siswa SMAN 79 Jakarta, sekolah menengah atas yang berada di Jakarta memiliki jumlah 702 siswa. Siswa laki-laki berjumlah 353, sedangkan siswa perempuan berjumlah 349.

Keutamaan media sosial instagram yaitu sangat populer di kalangan pelajar terutama siswa sekolah menengah atas atau yang biasa disebut dengan SMA. Siswa SMA telah terbiasa dalam mengoperasikan media sosial instagram sejak mereka memiliki telepon seluler sendiri. Instagram sangat populer di kalangan pelajar karena memungkinkan pelajar untuk melakukan berbagi gambar dan video pendek yang lebih menarik dari jenis-jenis media sosial lainnya yang memungkinkan penggunanya untuk mentweet, microblog, berbagi status dan sebagainya.

“Jumlah pengguna instagram di Indonesia paling banyak di seluruh dunia mencapai 89% yang didominasi oleh anak SMA berusia 18-34 tahun yang mengakses instagram seminggu sekali mencapai 59%. Sedangkan usia 24-34 tahun mencapai 30%, dan yang berusia 34-44 tahun mencapai 11%. Pengguna instagram paling aktif adalah perempuan sebanyak 63% dan laki-laki 37%” (<http://techno.okezone.com/read/2016/0/1/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>), diakses pada 28 Juni 2021.

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa pengguna aktif media sosial instagram terletak pada rentang usia 18-24 tahun mencapai 25 juta atau yang biasa disebut dengan generasi milenial. Dimana pada usia tersebut, para generasi milenial

terutama bagi para pelajar atau siswa sedang haus akan informasi. Setiap informasi yang sedang dicari oleh para siswa terdapat pada media sosial instagram, dimana informasi tersebut dapat dengan mudah diakses dan didapatkan dengan cepat dalam waktu dan tempat yang terbatas. Kemampuan siswa yang mahir dalam mengeksplorasi gawai/ gadget dan sangat ramah dengan dunia digital yang menjadikan para siswa produktif dan haus akan hal baru serta dapat aktif dalam berinteraksi antara satu sama lain secara emosional.

Pada masa modern seperti sekarang, penggunaan teknologi terutama dalam penggunaan media sosial senantiasa bertambah serta sudah menyebar hampir diseluruh bidang tidak terkecuali dalam bidang akademik. Hal ini memberikan manfaat yang sangat besar bagi para pelajar untuk mencari bahan pembelajaran pada media online (internet) yang didalamnya memuat berbagai tulisan baik dalam bentuk postingan, informasi, tulisan ilmiah ataupun novel dalam format elektronik (*e-book*). Temuan ini memberikan kemudahan yang berarti bagi para siswa dalam mengakses informasi yang terdapat pada media sosial yang sangat layak untuk dijadikan sebagai sumber belajar. Berbagai informasi akademik tersedia secara online yang terdapat dalam media sosial baik dalam bentuk web ataupun koran online yang mengalami pertumbuhan terus menerus. Melihat kemampuan media sosial sangat besar yang dapat menjadi fasilitas pendukung untuk para siswa dalam pembelajaran untuk mencari informasi akademik yang terdapat dalam media sosial.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian akademik yang bersifat akademis, bersifat ilmiah, bersifat ilmu pengetahuan, serta bersifat teori tanpa makna instan yang langsung (Depdikbud, 1997: 15). Kata akademik lebih

cenderung kepada kata sifat yang berarti akademis, bersifat ilmiah, bersifat ilmu pengetahuan, serta bersifat teori yang sudah diuji kebenarannya secara objektif tanpa adanya praktik secara langsung. Kegiatan akademik sudah pasti berhubungan dengan lembaga pendidikan, seperti sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), dan perguruan tinggi (PT).

Beberapa hal yang menyangkut tentang ilmu pengetahuan disebut sebagai akademik. Seseorang yang memiliki dan sedang menguasai ilmu pengetahuan disebut sebagai insan akademik. Kemampuan dalam menguasai ilmu pengetahuan yang sudah diuji kepastian dan kebenarannya dan diukur dengan nilai biasanya disebut dengan prestasi akademik.

Unsur-unsur kegiatan akademik yang berhubungan secara langsung dengan lembaga pendidikan antara lain kegiatan belajar mengajar, lomba-lomba para siswa dalam tingkat nasional maupun internasional, kegiatan osis, data-data sekolah, kriteria nilai yang harus dituntaskan oleh para siswa dan lain sebagainya.

Salah satu alternatif yang dapat digunakan para siswa dalam mencari informasi akademik selain perpustakaan adalah dengan mengakses media sosial, terutama media sosial instagram. Kesulitan para siswa dalam mencari buku atau referensi di perpustakaan menjadi salah satu faktor bagi para siswa untuk mencari jalan mudah untuk menemukan informasi akademis yang cepat dan mudah. Pencarian informasi akademik pada media sosial instagram cukup mudah, kita cukup membuka aplikasi instagram yang terdapat dalam telepon pintar kemudian memasukkan kata kunci yang diinginkan pada fitur pencarian, maka akan muncul begitu banyak hasil

informasi yang kita inginkan. Berbeda dengan pencarian buku di perpustakaan yang mengharuskan para siswa mencari buku tersebut di rak-rak yang sudah tersedia dan memiliki kode sesuai dengan klasifikasi yang ditentukan, kemudian baru mencari bagian-bagian yang dicari untuk kemudian dibaca atau ditulis ulang.

Berdasarkan fenomena yang ada, maka penelitian ini akan menjelaskan bagaimana penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana motivasi siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik?
2. Bagaimana cara siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik?
3. Bagaimana intensitas siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik?
4. Bagaimana durasi siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan internet dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk:

1. Mengkaji motivasi siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.

2. Mengkaji cara siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.
3. Mengkaji intensitas siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.
4. Mengkaji durasi siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan internet dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari sempurna, tetapi peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca karena sudah semestinya sebuah penelitian memiliki kegunaan dan manfaat untuk pembaca. Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan akademik dan kegunaan praktis sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Secara Akademik

- a. Dalam bidang akademis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan rujukan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi khususnya mengenai sosial media.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan untuk memperkaya pengetahuan tentang penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.
- c. Sebagai bahan acuan bagi akademis untuk dapat mengatur dan memanfaatkan teknologi secara baik.
- d. Dapat dijadikan literature diperpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- e. Dapat dijadikan sebagai gambaran umum atau informasi bagi semua pihak yang mempunyai kepentingan terhadap studi tentang media sosial instagram.
- f. Sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi siswa SMAN 79 Jakarta, diharapkan dapat mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.
- b. Bagi sekolah SMAN 79 Jakarta, diharapkan dapat memberikan masukan dan saran tentang penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik.
- c. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.
- d. Bagi lembaga pendidikan, diharapkan dapat dijadikan salah satu tahapan dalam memecahkan masalah-masalah sosial yang ada di ruang lingkup pendidikan secara luas atau ruang lingkup pendidikan secara kecil seperti “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta”.

1.5. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1.5.1. Kerangka Teori

Teori *Uses and Gratification* merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Suatu perubahan yang signifikan terhadap tradisi yang ada di masa lalu adalah bagian dari teori *uses and gratification*. Teori *uses and gratification* ini juga merupakan anak dari teori jarum hipodermik. Teori ini sangat tertarik pada apa saja yang dilakukan oleh khalayak atau penggunanya terhadap media. Khalayak pada teori ini dianggap aktif dalam mencari sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu muncullah istilah *uses* dan *gratification* (Rakhmad, 2005: 65).

Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* (1974) merupakan orang pertama yang memperkenalkan teori kegunaan dan kepuasan ini kepada masyarakat. Para pengguna media memiliki peran yang sangat aktif dalam menyeleksi dan menggunakan media, ini merupakan penekanan pada teori *uses and gratification*. Pengguna media harus mencari sumber-sumber tepercaya pada media untuk memenuhi segala kebutuhan informasi serta harus aktif dalam berkomunikasi. Teori *uses and gratification* memiliki hak dalam menentukan pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2003: 181).

Setiap manusia memiliki kebutuhannya masing-masing. Mereka pun juga memiliki caranya masing-masing dalam memenuhi kebutuhannya. Setiap kebutuhan manusia pun bermacam-macam seperti kebutuhan untuk makan, minum, bekerja, bersosialisasi, mencari sebuah informasi dan kebutuhan yang lainnya.

Teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam penelitian ilmu komunikasi adalah teori *uses and gratification*. Jika diartikan dalam bahasa Indonesia *uses* memiliki arti penggunaan dari isi media yang dapat memperoleh kebutuhan seseorang atau para penggunanya. Para pengguna media hanya dijelaskan tentang berbagai kebutuhan (*needs*) dan ketertarikan mereka terhadap suatu fenomena dalam memperoleh pesan dalam media pada saat proses komunikasi. Penggambaran proses penerimaan pesan dalam komunikasi massa dan menjelaskan tentang penggunaan media dari individu atau kelompok individu (Effendy, 2000: 289).

Pendapat lain mengungkapkan bahwa pengguna dari suatu media memiliki hak kebebasan dalam memilih media apa yang akan digunakan, bagaimana cara menggunakannya dan bagaimana informasi yang mereka dapat dari media itu memiliki dampak pada dirinya masing-masing (Nurudin, 2007: 192). Pusat perhatian pada teori ini adalah pada penggunaan pada media dalam memperoleh sebuah kepuasan atas kebutuhan seseorang. Kepuasan pada teori ini bersifat meluas antara lain pelarian dari rasa takut, dukungan emosional, peredaan dari rasa kesepian, perolehan suatu informasi serta bersosialisasi. Setiap khalayak memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhannya secara individu.

Teori yang lebih menekankan pada seorang manusia dalam melihat dan menggunakan suatu media massa. Artinya, setiap manusia memiliki hak pribadi masing-masing dalam menggunakan media massa tersebut. Blumer dan Katz percaya setiap pengguna media memiliki banyak alasan dan menggunakan media,

dalam menggunakan media juga tidak hanya ada satu jalan saja (Nurudin, 2003: 181).

Dalam Jalaludin Rakmat (2005: 205), Katz, Blumler & Gurevitch mengungkapkan asumsi dasar tentang Teori *Uses and Gratifications* yaitu:

- a. Pengguna media merupakan bagian penting dari penggunaan media massa yang memiliki suatu tujuan dalam menggunakannya dan aktif dalam menggunakan media massa.
- b. Pemilihan media yang tepat dilihat dari para penggunanya yang melakukan proses komunikasi massa secara baik dalam memenuhi kebutuhannya.
- c. Banyak sumber-sumber lain yang menjadi saingan media massa dalam memuaskan kebutuhan yang sangat luas untuk disampaikan kepada masyarakat. Media sangat bergantung terhadap sikap khalayak dalam memenuhi kebutuhannya melalui proses komunikasi.
- d. Pemilihan media massa tergantung dari apa informasi yang dicari oleh khalayak, artinya setiap khalayak dianggap mengerti dalam mencari dan memahami kebutuhan informasi pada situasi-situasi tertentu.
- e. Makna pesan dari media massa wajib di cek dan diteliti terlebih dahulu sebelum menjadi orientasi khalayak.

Permasalahan utama dalam model teori *uses and gratification* bahwa media tidak mengubah sikap dan perilaku dari setiap penggunanya, melainkan bagaimana cara media dapat memenuhi semua kebutuhan pribadi dan sosial para

penggunannya. Khalayak harus aktif dalam menggunakan media agar kebutuhan informasi yang dicari tercapai (Effendy, 2003: 290).

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, asal mula adanya kebutuhan secara psikologis dan sosial yang dapat menimbulkan harapan-harapan tertentu dari suatu media merupakan asal mula adanya teori *uses and gratification*. Pola terpaan media yang dibawa oleh teori *uses and gratification* yang berbeda atau berhubungan pada kegiatan lain dapat memunculkan pemenuhan kebutuhan dan dampak-dampak lain (Nurudin, 2017:191).

Terdapat 5 asumsi dasar yang menjadi faktor timbulkan teori *uses and gratification*, yaitu:

1. Khalayak aktif dalam menggunakan media yang berorientasi pada tujuan.
2. Hubungan antara kebutuhan akan kepuasan yang terdapat pada pilihan media tertentu tergantung pada para penggunanya.
3. Media bersaing untuk menjadi sumber kebutuhan khalayak.
4. Para pengguna media memiliki kesadaran diri sehingga dapat memberikan minat, motif, dan dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
5. Keputusan terhadap nilai mengenai bagaimana khalayak dapat menghubungkan kebutuhan akan isi dalam media tertentu seharusnya ditunda (Baran, Stanley dan Davis, Dennis, 2018: 298-299).

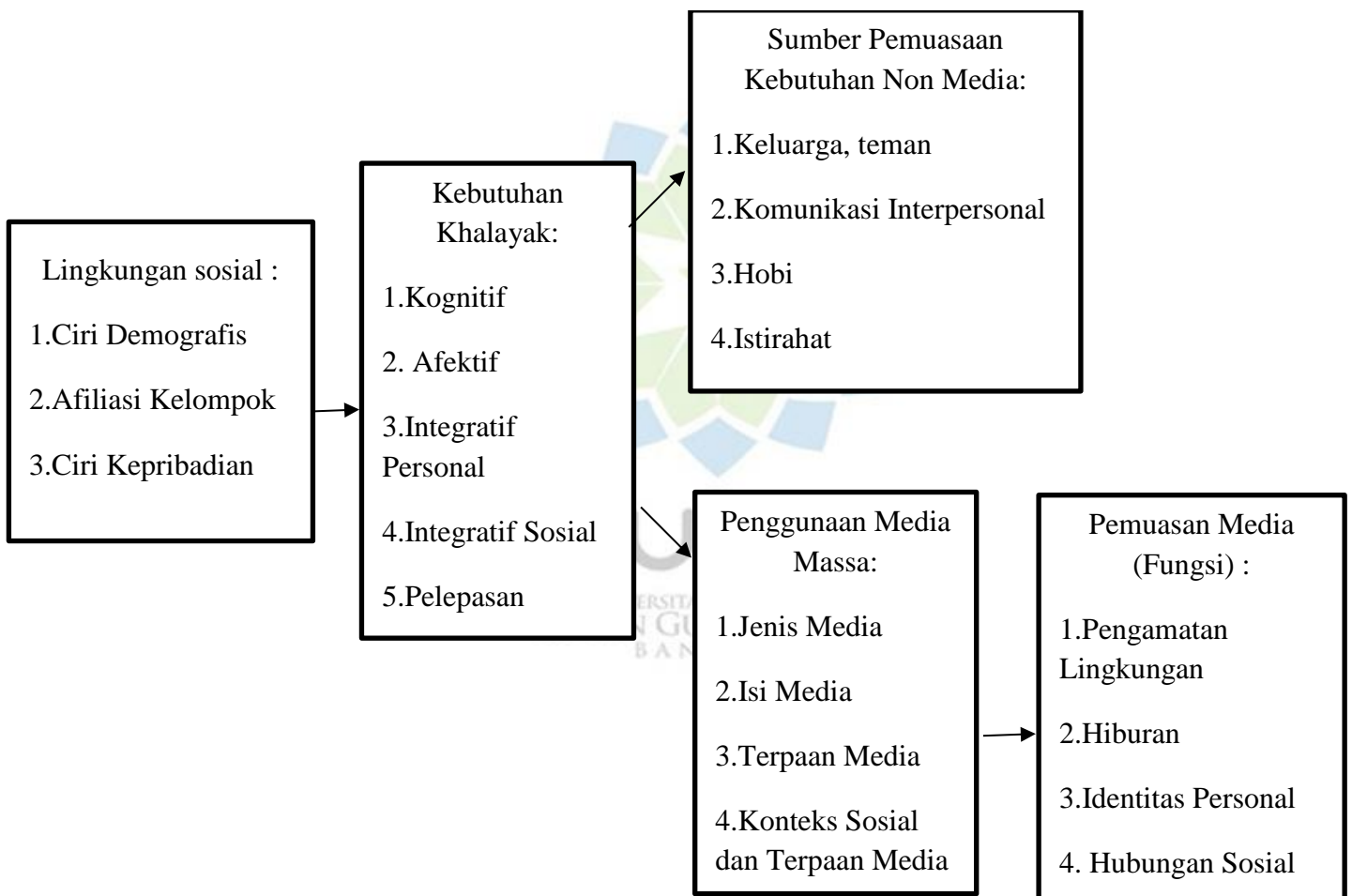
Teori *uses and gratification* menjelaskan bagaimana perilaku khalayak yang aktif dalam menggunakan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan selektif dalam menyaring isi pesan yang terdapat di media. Pemilihan

media dilakukan sebagai salah satu cara dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Dorongan khalayak akan motif-motif tertentu dalam menggunakan suatu media menjadi salah satu faktor untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pemilihan media yang dilakukan oleh khalayak berdasarkan akan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif yang diperlukan. Komunikasi pada media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media yang dapat menimbulkan motif-motif tertentu dan mendapatkan kepuasan dari motif-motif yang muncul (Rakhmat, Jalaludin, 2001: 65).



Menurut Schramm dan Porter dalam (Nurudin, 2007: 194-195) mengenai teori *uses and gratifications* terdapat beberapa metode yang dapat berfungsi dan disajikan dalam bagan berikut ini:

Bagan 1.1. Teori Uses and Gratification



Sumber : Nurudin dalam Onong Uchjana Effendy (2003: 293).

Lingkungan sosial (*social environment*) dalam model teori *uses and gratification* menjadi bagian paling penting dalam menentukan kebutuhan kita.

Lingkungan sosial tersebut seperti ciri-ciri demografis, afiliasi kelompok, dan ciri-ciri kepribadian. Tak hanya lingkungan sosial saja yang menjadi bagian penting dalam model teori *uses and gratification*, kebutuhan individu (*individual's needs*) juga menjadi bagian paling penting. Kebutuhan individu tersebut antara lain sebagai berikut (Effendy, 2003: 294) :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga untuk memuaskan rasa penasaran kita dan menjadi dorongan untuk penelitian kita.

2. *Affective needs* (kebutuhan afektif)

Kebutuhan ini berkaitan dengan penegasan dari pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

3. *Personal integrative needs* (kebutuhan personal secara integratif)

Kebutuhan ini berkaitan dengan penegasan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh berdasarkan hasrat akan harga diri setiap individu.

4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif)

Kebutuhan ini berkaitan dengan penegasan hubungan dengan keluarga, teman dan lingkungan sosial. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk bersosialisasi.

5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan)

Kebutuhan ini berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan, perselisihan dan hasrat akan keanekaragaman.

Pada dasarnya teori *uses and gratification* menganggap bahwa khalayak menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap dapat memenuhi motif yang dicari khalayak. Jika motif ini dapat terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya media dianggap efektif jika dapat memenuhi kebutuhan khalayak (Kriyantono, 2009:206).

1.5.2. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual merupakan uraian dari sebagian ide penting yang mendasari penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerangkan konsep mulai dari media sosial, instagram, kebutuhan informasi dan informasi akademik.

1. Media Sosial

Layanan jejaring sosial berbasis *website* terikat oleh sistem yang dapat menghubungkan dan terkoneksi para pengguna jejaring sosial tersebut kepada sesama pengguna lainnya dalam suatu sistem. Koneksi dalam sistem jejaring sosial memiliki tipe dan metode yang sangat beragam satu sama lainnya. Jejaring sosial memiliki keunikan yaitu dapat membuat para penggunanya secara individu bertemu dengan pengguna jejaring sosial lainnya yang tidak diketahui serta dapat membuat

para penggunanya tersambung jaringan sosial yang mereka gunakan. Pada beberapa pengguna jejaring sosial besar, mereka tidak hanya menggunakan jejaring tersebut untuk bertemu atau berkomunikasi dengan orang baru, melainkan mereka dapat bertemu dan berkomunikasi dengan orang yang memiliki keterikatan dengan pengguna media sosial tersebut (Boyd & Ellison, 2007).

Media sosial dapat terbilang sebagai media baru (*new media*). Secara universal media baru menggunakan internet, yang utama dalam penggunaan media sosial untuk publik seperti kabar online, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting* (contohnya mengunduh musik), serta kegiatan dialog, *world wide website*, pencarian data, serta kemampuan dalam pembuatan komunitas tertentu dalam media sosial (Mc Quail, 2005: 136). Fitur dan teknis dalam media sosial bermacam-macam, para pengguna media sosial dapat membuat, memperlihatkan profil penggunanya, dan catatan atau komentar dari para pengguna media sosial yang lainnya. Profil ialah bagian halaman depan dari media sosial yang digunakan, profil dapat memperlihatkan foto para penggunanya. Profil disusun berdasarkan sumber persoalan yang mengacu pada usia, mengizinkan penggunanya mengupload gambar pada profil, konten multimedia yang dibuat dan dibagikan menggunakan serta modifikasi tampilan profil yang berbeda dan menarik oleh para pengguna media sosial (Boyd & Ellison, 2007).

2. Instagram

Salah satu anak dari media sosial adalah instagram, aplikasi yang sering digunakan di kalangan pelajar terutama pelajar SMA. Walaupun sering digunakan, banyak dari pelajar SMA dalam menggunakan instagram tidak mengetahui asal-

usul munculnya kata instagram tersebut. Kata instagram diambil dari 2 suku kata yang berbeda, yaitu “*Insta*” yang berarti serba praktis atau mudah, sedangkan “*Gr*” yang berarti telegram. Telegram berhubungan dengan media pengirim informasi yang cepat. Istilah praktis dilihat dari sejarah dalam pemakaian kamera polaroid. Tipe kamera polaroid ini adalah salah satu kamera yang dapat langsung mencetak hasil foto setelah mengambil gambar. Maka dapat disimpulkan bahwa instagram merupakan media sosial yang dapat berkomunikasi sekaligus mengambil gambar pada fitur yang tersedia didalam instagram dengan cepat dan mudah.

Salah satu media digital yang memiliki fungsi dan kegunaan yang hampir sama dengan twitter adalah instagram. Yang membedakan instagram dengan aplikasi lainnya adalah dalam pengambilan gambar orang ataupun objek tempat untuk berbagi informasi dengan pengguna media sosial instagram lainnya. Tak hanya itu, instagram juga dapat meningkatkan kreativitas karena terdapat fitur-fitur dalam membuat gambar menjadi lebih indah untuk dilihat, artistik, serta lebih bagus (Atmoko, 2012: 10).

Fokus penggunaan pada instagram terlihat dari postingan foto serta video para pengguna media sosial instagram tersebut. Perbedaan instagram dengan media sosial lainnya yang menjadi keunikan tersendiri bagi aplikasi instagram. Media sosial instagram selalu memperbaharui atau mengupdate fitur-fitur yang terdapat di dalamnya dengan lebih lengkap dan lebih menarik semenjak kehadirannya pada tahun 2010 silam. Lima menu utama yang memiliki fungsi penting dari bagian aplikasi instagram. Lima menu utama biasanya terletak dibagian bawah, antara lain sebagai berikut:

- 1) *Home Page*, halaman depan yang terlihat langsung ketika membuka aplikasi instagram. Foto-foto dan video terbaru akan ditampilkan dan dapat dilihat oleh pengguna instagram lainnya pada halaman depan ini.
- 2) *Comments*, foto dan video yang telah diunggah dapat diberikan komentar pada kolom komentar oleh pengguna instagram lainnya.
- 3) *Explore*, pengguna instagram dapat menelusuri foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram lainnya.
- 4) *Profile*, tampilan profil para pengguna instagram dapat dilihat secara detail.
- 5) *News Feed*, tampilan notifikasi dari berbagai aktivitas yang dilakukan para pengguna instagram lainnya.

3. Kebutuhan Informasi

Menurut Katz Blummer dan Gurevitch dalam (Rakmad, 2005: 205) bahwa awal muncul kebutuhan manusia secara psikologi dan sosial terdapat dalam teori *uses and gratification*, dimana dalam teori itu menjelaskan bagaimana berbagai harapan tertentu dimunculkan kepada media massa yang digunakan atau sumber-sumber yang lainnya dan membawa terpaan pada pola media yang memiliki keterlibatan dalam aktivitas yang sama. Pemenuhan kebutuhan seseorang sering muncul dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menyadari bahwa ada hal yang perlu diketahui lebih banyak dan lebih dalam lagi. Hal-hal itu dapat berupa ilmu pengetahuan atau sebuah informasi yang baru dan layak untuk diketahui lebih dalam lagi. Sifat dasar alamiah seorang manusia adalah mencari, mengakses, memperoleh, dan menggunakan informasi yang sudah diperoleh dari berbagai

sumber yang telah dicari. Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memperoleh informasi antara lain ada aspek pekerjaan, kultur budaya, karakter, tingkatan pendidikan, jenis kelamin, usia, ketersediaan waktu luang, permasalahan akses, sumber informasi serta jumlah informasi yang ada.

Adanya kekurangan dalam memperoleh ilmu pengetahuan dan selalu ingin yang lebih serta ingin memecahkan sesuatu permasalahan tertentu dalam diri seseorang dapat dikatakan membutuhkan informasi. Kebutuhan informasi akan muncul dengan sendirinya atas dasar permintaan dari seseorang yang sedang membutuhkan sebuah informasi. Kebutuhan dan permintaan seseorang sangat berkaitan erat, sebab apa yang sedang dibutuhkan oleh seseorang itulah yang diperlukan oleh orang tersebut. Dalam proses pencarian informasi, seseorang selalu mengaitkan dengan saluran-saluran dan sistem informasi yang telah ada untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan informasi (Nicholas, 2000: 25).

Disebutkan dalam Al Quran pada surat Al Hujurat (49) ayat 6 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبُوا عَلَيْهِ مَا فَعَلْتُمْ لَدِينِ

Artinya : *“Hai orang-orang beriman jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*

Dalam surat Al Hujurat ayat 6 yang mengulas mengenai berita hoax, tertera jelas kalau setiap manusia ataupun kalangan muslim bila sedang mencari suatu informasi ataupun berita wajib untuk senantiasa diperiksa terlebih dahulu

kebenarannya. Bisa jadi, informasi yang disebarakan melalui media sosial bisa berbentuk informasi palsu ataupun berita hoax.

4. Informasi Akademik

Secara etimologis kata informasi berasal dari bahasa Perancis Kuno yaitu *informaction*, sedangkan dari bahasa latin ialah *informationem* yang berarti konsep, memiliki arti garis yang besar atau ide. Sebuah informasi yang ada di dunia ini merupakan hal yang sangat penting dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akademik.

Data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang bermanfaat dan berarti bagi penerima pesan disebut sebagai informasi. Data yang menjadi sumber informasi digambarkan sesuai dengan kejadian nyata dan belum diolah menjadi sebuah informasi yang utuh, biasanya disebut sebagai data mentah (Agus Mulyanto, 2009: 12).

Menurut Mc Leod (2010: 35) menjelaskan bahwa sebuah data yang sudah diproses dan memiliki arti disebut sebagai informasi. Sebuah informasi harus memiliki karakteristik yang khusus seperti adanya relevansi, akurat, ketepatan waktu dan kelangkaan data yang diperoleh.

Selanjutnya ada pengertian dari akademik, secara etimologi kata akademik berasal dari bahasa Yunani yaitu *academos* yang berarti suatu “halaman universal (plasa)” yang berada di sebelah barat laut kota Athena (Fajar, 2002: 56). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian akademik yang bersifat akademis, bersifat ilmiah, bersifat ilmu pengetahuan, serta bersifat teori tanpa makna instan yang langsung (Depdikbud, 1997: 15).

Sedangkan secara terminologi, keadaan orang-orang yang dapat memberikan serta menerima gagasan, pemikiran, ilmu pengetahuan, serta sekaligus dapat menguji secara jujur, terbuka, serta bebas merupakan pengertian dari akademik (Minhaji, 2013: 8).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa informasi akademik adalah data akademik yang telah diolah menjadi sebuah informasi akademik yang memberikan manfaat bagi para pelajar. Informasi akademik dapat berupa pengumuman jadwal sekolah, pembagian nilai, kriteria nilai yang harus di tuntaskan, informasi data sekolah, dan lain sebagainya.

1.5.3. Kerangka Operasional/ Bagan Kerangka Pemikiran

Menurut Onong Uchjana Effendy (2000: 289) menjelaskan bahwa teori *uses and gratification* merupakan salah satu teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi. Dalam teori ini pengguna (*uses*) merupakan isi media dalam mendapatkan sebuah pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan pribadi seseorang. Teori ini tidak menjelaskan secara keseluruhan bagaimana proses komunikasi karena audience dalam teori ini hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) akan suatu fenomena mengenai proses penerimaan pesan dari media yang digunakan. Teori *uses and gratification* hanya mendeskripsikan proses penerimaan pesan komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh masing-masing individu.

Penggunaan media oleh individu berdasarkan jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu dengan isi media yang dikonsumsi secara keseluruhan serta dapat

menimbulkan efek media yang dapat dijadikan evaluasi kemampuan media dalam memberikan kepuasan (Rahmat, 2004:66).

Menurut Chris Heur dalam (Solis, 20120:263) terdapat 4C dalam penggunaan media sosial antara lain sebagai berikut :

a) Content

Penggunaan media sosial pada bagian *content* ini melihat bagaimana media sosial dapat membentuk suatu pesan atau informasi. Misalnya dapat dilihat dari bentuk pesan, penggunaan bahasa ataupun isi pesan.

b) Communication

Komunikasi pada penggunaan media sosial melihat bagaimana cara penyampaian pesan atau informasi pada media sosial.

c) Collaboration

Penggunaan media sosial dapat membangun suatu hubungan dengan orang lain yaitu hubungan kerja sama untuk membangun situasi yang lebih baik, efisien dan efektif.

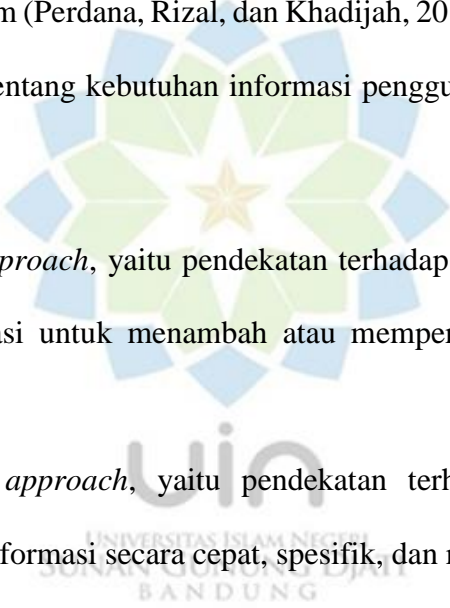
d) Connection

Penggunaan media sosial juga dapat menjaga hubungan dengan orang lain agar hubungan dapat berkelanjutan dan membuat para pengguna media sosial merasa lebih dekat dengan sebuah media.

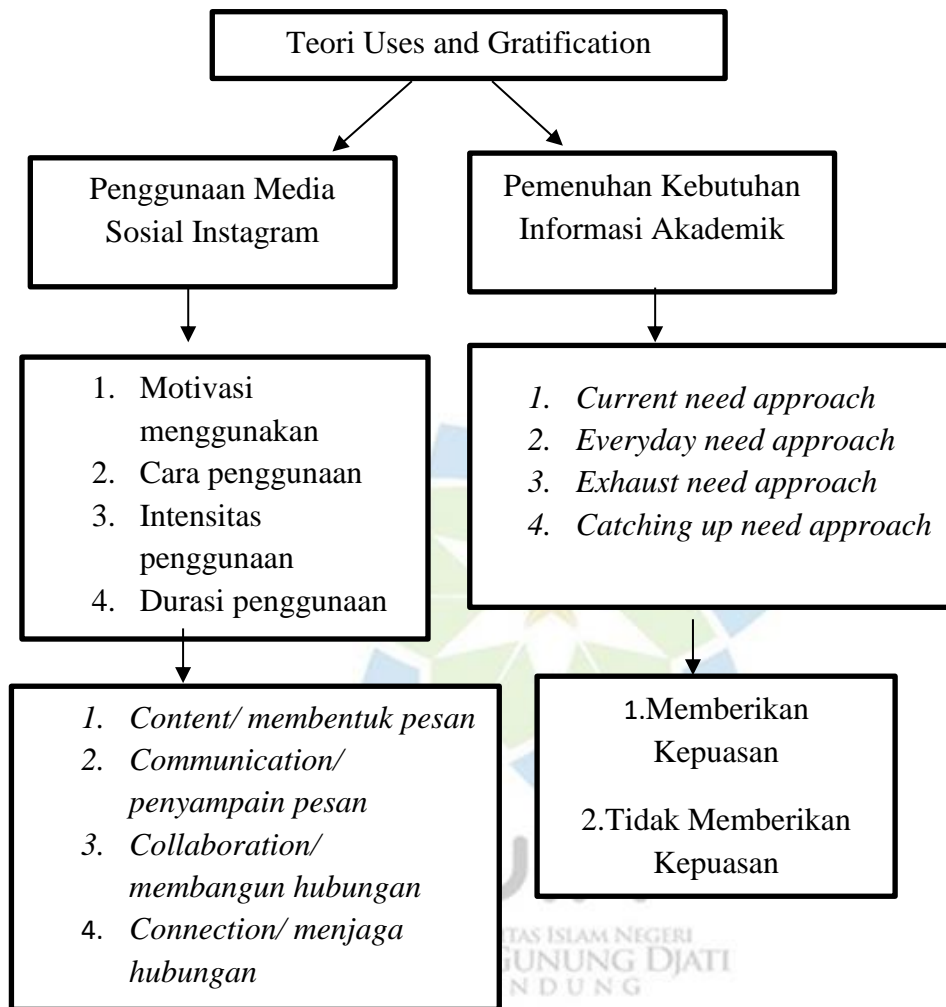


Menurut Katz Blummer dan Gurevitch dalam (Rakmad, 2005: 205) bahwa awal muncul kebutuhan manusia secara psikologi dan sosial terdapat dalam teori *uses and gratification*, dimana dalam teori itu menjelaskan bagaimana berbagai harapan tertentu dimunculkan kepada media massa yang digunakan atau sumber-sumber yang lainnya dan membawa terpaan pada pola media yang memiliki keterlibatan dalam aktivitas yang sama. Pemenuhan kebutuhan seseorang sering muncul dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Menurut Guha dalam (Perdana, Rizal, dan Khadijah, 2016) menjelaskan bahwa terdapat 4 pendekatan tentang kebutuhan informasi pengguna media sosial antara lain sebagai berikut :

- 
- a. *Current need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan dan wawasan.
 - b. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin.
 - c. *Exhaust need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukan.
 - d. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Bagan 1.3. Kerangka Operasional/ Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Konstruksi Peneliti

1.6. Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1. Paradigma Penelitian

Paradigma ini memakai paradigma deskriptif dengan uraian kualitatif yang mengacu pada interaksi sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh arti, serta ikatan yang bersifat interaktif (timbal balik). Penelitian ini dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah merupakan objek yang

tumbuh apa adanya, tidak dimanipulasi oleh penelitian sebelumnya dan kedatangan penelitian tidak dipengaruhi oleh dinamika objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya ialah orang atau human instrument, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrument, maka peneliti wajib mempunyai bekal teori dan pengetahuan yang luas, sehingga sanggup mengajukan persoalan, menganalisis, memotret, dan berguna. (Sugiono, 2013:7-8).

Jenis penelitian ini tercantum kedalam pendekatan kualitatif, sebab dalam penelitian ini kenyataan sosial akan dibahas dengan mengungkap penggunaan media sosial Instagram secara merata, rinci, mendalam serta bisa dipertanggung jawabkan. (Suwandi, 2008:14).

Metode Kualitatif adalah prosedur untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang ditulis secara lisan dari orang-orang serta mengimplementasi kepada penerima. Bogan dan Taylor (Moleong,2007:3).

Berikutnya, penelitian kualitatif dipilih sebab stabilitas didasarkan pada pengalaman penelitiannya dan penelitian kualitatif membagikan lebih banyak tentang fenomena yang sulit dipaparkan dengan metode kuantitatif. Sebab pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks studi pada suasana yang dirasakan.

Dalam penelitian ini, diharapkan memperoleh uraian tentang pemikiran induktif. Jenis penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis kualitatif sebab sifat permasalahan yang diteliti memakai penelitian kualitatif, dan Karena penelitian dilakukan untuk memeriksa apa yang tersembunyi di balik sesuatu fenomena untuk

dipahami. Dan hasilnya diharapkan sanggup memberikan suatu uraian secara terperinci tentang fenomena yang akan diteliti.

Penelitian kualitatif diawali dengan memikirkan dan menggunakan kerangka interpretasi/ analisi yang menyusun ataupun mempengaruhi studi penelitian terkait dengan makna yang diminta oleh individu ataupun kelompok mengenai konflik sosial dan manusia (Creswell, 2014:59).

Dalam penelitian, kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen yang sangat berarti, karena peneliti mengumpulkan informasi sendiri dengan mengamati dokumen-dokumen, mengamati sikap, dan mewawancarai para partisipan. Dalam penelitian ini, peneliti ikut berpartisipasi di lapangan untuk menanggapi seluruh persoalan yang sudah dipaparkan dalam fokus penelitian.

1.6.2. Metode dan Pendekatan Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif. Dalam menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data-data yang sudah dikumpulkan. Analisa data dapat berupa dengan kata-kata, gambar, dan bukan dalam bentuk angka-angka. Data tersebut diperoleh melalui hasil wawancara dengan informan, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010: 11).

Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2010: 4) mendefinisikan bahwa metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan

perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian ini diarahkan pada latar belakang individu tersebut secara holistik (utuh).

Dasar pemikiran yang digunakan dalam metode ini merupakan metode deksriptif kualitatif, sebab penelitian ini ingin mengetahui fenomena yang terdapat serta dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam keadaan terkontrol, labolatoris ataupun eksperimen. Oleh karena itu, peneliti perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif kiranya lebih cocok digunakan.

Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu gambaran deskriptif mengenai penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan data yang peneliti peroleh sebagai hasil suatu penelitian. Dengan menggunakan metode ini, maka peneliti akan mendapatkan data secara utuh dan dapat dideskripsikan dengan jelas sehingga hasil penelitian ini benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan yang ada.

2. Pendekatan Penelitian

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam menjawab permasalahan dengan menggunakan pendekatan kualitatif memerlukan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai obyek yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan-kesimpulan dalam konteks waktu dan situasi yang dibahas.

Menurut Sedarmanti (2002: 35) pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek yang dialami, peneliti sebagai instrument kunci.

Dalam teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan analisis data dilakukan secara induktif serta penelitian ini lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk memahami suatu fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik (utuh). Cara penelitian kualitatif yaitu mendeskripsikan data-data yang sudah diperoleh dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks pembahasan yang khusus dan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moloeng, 2006: 10).

Kriyantono (2009: 55) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif lebih menekankan pada pemberian makna, maksudnya setiap individu dapat melakukan pemaknaan terhadap segala fenomena dan perilaku yang terjadi. Manusia dianggap bebas dan aktif dalam berperilaku dan memaknai fenomena yang terjadi. Jadi, berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang menganggap manusia merespon secara objektif, sedangkan dalam pendekatan kualitatif manusia dipandang sebagai makhluk yang dinamis.

Proses penelitian kualitatif tidak sesederhana seperti yang terjadi pada penelitian kuantitatif, karena sebelum hasil penelitian kualitatif dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, penelitian kualitatif harus menghadapi berbagai tahapan berpikir kritis ilmiah, dimana seorang peneliti memulai berpikir secara induktif, yaitu dapat menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan, menganalisisnya dan kemudian berusaha untuk melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamatinya (Bungin, 2011:6).

1.6.3. Sumber dan Jenis Data

1) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas, sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penelitian (Umar, 2003: 56). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara dengan humas, guru dan siswa SMAN 79 Jakarta mengenai bagaimana penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.

Sedangkan sumber data sekunder menurut Sugiyono (2005: 62) merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data sekunder didapatkan oleh peneliti melalui hasil studi pustaka, referensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan lain sebagainya. Sumber data sekunder menjadi data pendukung yang berkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder yang diperoleh dapat menjadi penunjang realitas pada penelitian sehingga data sekunder dapat memberikan kontribusi terhadap tingkat validitas data. Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh melalui buku dan jurnal mengenai penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.

2) Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berbetuk kualitatif, yang diperoleh melalui wawancara dan penelaahan dokumentasi. Data-data tersebut, terdiri atas; (1) Alasan siswa SMAN 79 Jakarta menggunakan media sosial instagram dalam

pemenuhan kebutuhan informasi akademik, (2) Cara Penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta, (3) Intensitas penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta dan (4) Durasi penggunaan internet dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian dan menjadi tolak ukur keberhasilan penelitian dalam memperoleh informasi untuk hasil penelitian yang akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara mendalam mengenai pandangan akan penggunaan media sosial instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik dengan beberapa pengguna dan pengelola khususnya followers akun instagram SMAN 79 Jakarta dan Osis SMAN 79 Jakarta yang masuk kedalam kriteria yang dibutuhkan sebagai informan.

Wawancara merupakan bentuk tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan untuk mendapat informasi yang akurat. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pengetahuan secara mendalam terhadap apa yang diteliti, bukan hanya terhadap fenomena apa yang diteliti, tetapi dari semua pihak yang mengenal dan mengetahui fenomena tersebut dengan baik sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini (Mardalis, 2008: 64).

2. Observasi

Menurut Achmad (2007: 70) observasi merupakan kegiatan yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk mengamati lingkungan dan keadaan sekitar. Dalam proses observasi melibatkan seluruh indera manusia dan hasilnya dapat direkam melalui alat bantu elektronik. Metode observasi yang dapat dilakukan adalah dengan mengumpulkan data melalui pengamatan dan penginderaan. Peneliti akan memulai penelitian dengan melakukan pengamatan serta menganalisa terhadap aktifitas media sosial instagram SMAN 79 Jakarta dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik sebagai objek penelitian.

3. Dokumentasi

Salah satu sumber pengumpulan data yang dapat menunjang serta relevan dengan masalah penelitian dapat berbentuk laporan, jurnal, artikel, tabel atau karya tulis ilmiah. Dokumentasi tersebut akan dikaji dan dipelajari lebih dalam guna menghasilkan data yang dapat memberikan informasi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dalam konteks dokumentasi pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan laporan, artikel serta karya tulis yang berkaitan dengan Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik.

1.6.5. Triangulasi Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi data. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah diperoleh. Apabila peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti sedang mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data atau kebenaran dari sebuah data yang sudah diperoleh. Dengan mengecek kredibilitas data atau kebenaran dari

data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data yang sudah diperoleh (Sugiyono, 2012:241).

Dalam triangulasi data banyak sumber data yang digunakan, seperti arsip, hasil wawancara dengan informan, dokumen, hasil observasi dan juga dengan mewawancarai informan lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda tentang suatu hal yang diteliti.

Susan Stainback (1988) mengungkapkan bahwa triangulasi *“the aim is not to determine the truth about some social phenomenon, rather the purpose of triangulation is to increase one’s understanding of what ever a being investigated”*. Tujuan triangulasi bukan semata-mata hanya untuk mencari kebenaran dari data tentang suatu fenomena yang sedang terjadi, tetapi lebih kepada peningkatan kualitas data yang peneliti peroleh.

Dalam kajian triangulasi data pada penelitian ini, peneliti dirasa dapat meninjau kembali hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya melalui perbandingan terhadap berbagai sumber, metode ataupun teori yang berkaitan dengan fenomena dalam penelitian ini.

1.6.6. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif ada yang mengatakan tidak bersifat ilmiah, hal tersebut disangkal dengan pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan, karena keabsahan data merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moelong, 2007: 320).

Keabsahan data yang digunakan pada penelitian kualitatif adalah untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian

ilmiah dan untuk menguji data yang sudah diperoleh. Pada penelitian kualitatif uji keabsahan data terdiri dari *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007: 270).

1. *Credibility*

Uji kebenaran pada data hasil penelitian atau uji *credibility* (kredibilitas) dipaparkan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak dapat diragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

Dalam konteks *credibility*, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan untuk menguji data yang telah diperoleh setelah dicek kembali kelengkapan dan tidak adanya perubahan. Tak hanya itu peneliti juga meningkatkan kecermatan atau ketekunan dalam mencatat dan merekam semua data dengan baik.

2. *Transferability*

Pada penelitian kualitatif, *transferability* dikenal sebagai validitas eksternal. Validitas eksternal menerapkan hasil penelitian ke populasi sampe yang diambil dan menunjukkan derajat ketepatan (Sugiyono, 2007: 26).

Pertanyaan penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi yang berkaitan dengan nilai transfer. Nilai transfer sangat bergantung dengan si peneliti, karena dapat digunakan pada konteks dan situasi sosial yang berbeda dengan validitas nilai transfer dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam hal transferability, peneliti mentransfer semua data yang telah diperoleh melalui wawancara dengan informan dalam bentuk transkrip wawancara.

3. *Dependability*

Dependability merupakan penelitian yang selalu menghasilkan data penelitian dan proses penelitian yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh orang lain. Beberapa percobaan penelitian yang dilakukan dan selalu mendapatkan hasil yang sama merupakan bagian dari reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya.

Uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit pada seluruh proses penelitian. Auditor independen atau pembimbing independen mengedit seluruh kegiatan yang dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menjadi faktor utama dalam menentukan fokus penelitian, terjun ke lapangan secara langsung, mencari dan memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan hasil laporan pengamatan.

4. *Confirmability*

Uji *confirmability* disebut sebagai objektivitas dari pengujian penelitian kualitatif. Hasil penelitian yang telah disepakati oleh banyak orang dapat dikatakan sebagai penelitian yang objektif. Menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang sudah dilakukan merupakan uji *confirmability* pada penelitian kualitatif. Standar dari uji *confirmability*

pada penelitian kualitatif adalah hasil penelitian bagian fungsi dari proses penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini keabsahan data confirmability data yang diperoleh peneliti merupakan data yang diperoleh peneliti yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

1.6.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian terdapat pada lokasi penelitian di Sekolah Negeri SMAN 79 Jakarta yang berlokasi Jl. Menteng Pulo Ujung No.1, RT.16/ RW.5, Menteng Atas, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12960. Peneliti memilih lokasi ini karena objek yang akan diteliti terletak di lokasi tersebut. Selain itu peneliti memilih lokasi ini karena SMAN 79 Jakarta adalah salah satu sekolah negeri di Jakarta yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu penggunaan media sosial Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik siswa SMAN 79 Jakarta.

2. Jadwal Penelitian

Tabel 1.1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan											
		Ags	Spt	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pra Observasi												
2.	Pengajuan Judul		18/9/20										
3.	Penyusunan Proposal Skripsi												
4.	Pengajuan Proposal		19/9/20										
5.	Seminar Uji Proposal Skripsi			2/10/20									
6.	Pembuatan & Penelitian Skripsi												
7.	Sidang Skripsi												