

PERSEPSI WARGANET KOTA PONTIANAK ATAS AKUN INSTAGRAM JURNALISME WARGA

Oleh:

RESI JESITA*¹

NIM. E1101141079

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si.², Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos, M.Si.²

*Email: resi_jesita@yahoo.co.id

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

Abstrak

Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk mengetahui cara pandang masyarakat pengguna internet terhadap akun informasi yang dikelola oleh jurnalis warga melalui media sosial Instagram di Kota Pontianak. Permasalahan terkait banyaknya akun informasi di media sosial Instagram yang belum mengindahkan kaidah jurnalistik namun lebih populer daripada akun informasi yang sudah menjalankan kaidah jurnalistik di Kota Pontianak. Hal ini cukup menarik perhatian peneliti. Hasil wawancara mendalam menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif terkait persepsi warganet Kota Pontianak atas akun informasi @ketimbang.ngemis.ptk, diketahui permasalahan terkait akun yang menjalankan kaidah jurnalistik namun tidak begitu populer di kalangan warganet di Kota Pontianak. Hal ini karena adanya kebutuhan dan kepuasan warganet atas akun informasi media sosial Instagram dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratification of the Internet*. Warganet kota Pontianak memilih sendiri informasi apa yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan dan pengharapan untuk kepuasan. Warganet berpersepsi, akun informasi di media sosial Instagram baiknya unggul dalam kualitas dan kuantitas, serta mengutamakan dua aspek, yakni cepat dan tepat serta mempertimbangkan muatan informasi yang disampaikan. Warganet berpersepsi, akun @ketimbang.ngemis.ptk yang sudah menjalankan kaidah jurnalistik saat ini masih dianggap sebagai akun yang hanya unggul pada kualitas dan aspek tepat. Masih memiliki kekurangan dalam hal waktu pengunggahan serta keterangan foto atau muatan informasi yang panjang.

Kata Kunci : Persepsi, Akun Informasi, Instagram, *Uses and Gratification of the Internet*.

THE PERCEPTIONS OF SOSIAL MEDIA USERS TOWARDS CITIZENS' JOURNALISM ACCOUNTS IN PONTIANAK

By:

RESI JESITA*¹

NIM. E1101141079

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si.², Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos, M.Si.²

*Email: resi_jesita@yahoo.co.id

1. A Student of Communication Studies Program at the Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University Pontianak
2. A Lecturer of Communication Studies Program at the Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University Pontianak

Abstract

The writing of this thesis was intended to find out the perspective of social media users towards information account managed by citizen journalists via Instagram in Pontianak. The problem in this study was associated with the number of information accounts on Instagram that have not heeded journalistic rules. These accounts turned out to be far more popular than information accounts that had run journalistic rules in the city of Pontianak. The phenomenon was quite interesting to be studied comprehensively. The researcher conducted in-depth interviews using a qualitative method with a descriptive approach related to the perception of social media users in Pontianak on the information account @ketimbang.ngemis.ptk. From the research findings, it can be perceived that there were several issues related to accounts that run the journalistic rules but were not particularly prevalent among social media users for information accounts on Instagram that were analyzed using the theory of Uses and Gratification of the Internet. Social media users in Pontianak unobstructedly determined what information they wanted according to their needs, expectations, and satisfaction. These social media users think that information account on Instagram should be superior in quality and quantity. In addition, the information account must also prioritize two important aspects, specifically Rapidity and Accuracy, as well as consider the content of the information delivered. Furthermore, social media users claimed that the Instagram account @ketimbang.ngemis.ptk which has carried out journalistic principles were currently considered an account that only excels in quality and accuracy. The account was considered to still have shortcomings in uploading time and photo captions that are excessively long.

Keywords: Perception, Information Account, Instagram, *Uses and Gratification of the Internet*.

1. PENDAHULUAN

Di era milenial saat ini, masyarakat yang berperan sebagai jurnalis yang bergerak tanpa naungan instansi media penerbitan mulai bermunculan di media sosial di Kota Pontianak. Ini dibuktikan dengan kehadiran akun berbasis informasi di jejaring pertemanan Facebook sejak tahun 2005 di Kota Pontianak. Bermula dari akun personal yang dialihfungsikan menjadi akun informasi di media sosial, seperti *Facebook, Youtube, Blog, Instagram* dan lain sebagainya, warganet peliput yang dikenal sebagai jurnalis warga di Kota Pontianak ini melaporkan berita dalam bentuk *feature* hingga kejadian-kejadian *up to date* perihal kecelakaan, kebakaran, penjambretan, bencana alam dan lain sebagainya.

Jurnalisme *online* memiliki sejumlah fitur dan karakteristik yang berbeda dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Bentuk jurnalisme online ini memberi sejumlah pengalaman baru bagi khalayak pengguna jejaring media sosial, dalam hal ini Instagram. Berita disajikan dalam format digital dan hanya bisa diakses melalui jejaring internet, bersifat interaktif karena menyediakan ruang komentar bagi pembaca untuk merespon setiap berita. Selain itu, jurnalisme online mengedepankan konsep *running journalism*, yaitu struktur berita berlanjut. Artinya berita dapat ditampilkan, dilengkapi dan diperbaharui kapan saja.

Masyarakat pengguna internet di Kota Pontianak yang menerapkan jurnalisme online saat ini, yang menjadi perhatian peneliti adalah yang bergerak di media sosial Instagram. Menurut data Kompas.com, Indonesia merupakan pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik pada tahun 2017. Dari 700 juta pengguna aktif bulanan alias *Monthly Active User* (MAU) yang diraup Instagram secara global, 45 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Rata-rata pengguna media sosial Instagram di Indonesia

memiliki lebih dari satu akun aktif (Kartini Bohang, 2018). Data ini juga didukung dengan hasil pemantauan peneliti yang menemukan banyaknya akun berbasis informasi di jejaring media sosial Instagram yang dikelola oleh warganet di Kota Pontianak.

Selanjutnya permasalahan yang kemudian dihadapi di era digital yang melahirkan banyak akun informasi ini adalah hadirnya akun-akun informasi yang tidak menjalankan kaidah jurnalistik dalam penyebaran berita atau informasi dari warganet untuk warganet. Informasi yang menjadi perhatian peneliti adalah terkait orang-orang yang kurang mampu untuk kemudian menarik simpati pembaca untuk berdonasi. Jika tidak disajikan dengan informasi yang jelas maka hal ini dapat menciptakan kesalahpahaman, perusakan nama baik hingga penipuan berujung pada keresahan masyarakat secara luas. Masalah lain yang ditimbulkan dari akun informasi yang tidak menjalankan kaidah pemberitaan secara benar ialah bahaya penipuan yang dapat mengancam keselamatan seseorang atau kelompok.

Merasa perlu adanya akun informasi yang bisa melaporkan berita dengan menganut kaidah jurnalistik sehingga dapat meminimalisir penyebaran berita *hoax* yang dapat menjadi ancaman bagi masyarakat, terutama dalam penerimaan donasi masyarakat, ini menjadi dasar hadirnya akun @ketimbang.ngemis.ptk yang dikelola oleh Komunitas Ketimbang Ngemis Pontianak. Adapun akun @ketimbang.ngemis.ptk ini merupakan akun regional yang berpusat di Yogyakarta, terbentuk di pertengahan tahun 2015, serentak dengan akun-akun regional di masing-masing Kota di Indonesia.

Sampai dengan hari ini jumlah akun regional daerah di seluruh Indonesia sudah mencapai 48 akun. Akun @ketimbang.ngemis.ptk ini bergerak dalam bidang sosial, dikelola oleh 10 orang Jurnalis Warga yang tergabung di Komunitas Ketimbang Ngemis Pontianak. Akun ini memublikasikan informasi terkait profesi orang-orang yang kurang mampu namun tetap memilih untuk bekerja daripada mengemis di Kota Pontianak.

Tujuan kehadiran dari akun @ketimbang.ngemis.ptk ini adalah agar dapat mempromosikan jasa atau barang jualan mereka ke warganet. Selain itu tujuan berikutnya dalam hal donasi, lewat akun ini warganet diberikan informasi yang jelas dan transparan, sehingga bentuk penipuan yang mengatasnamakan donasi untuk masyarakat kurang mampu bisa terminimalisir.

Berbeda dari akun regional di beberapa daerah lain, akun @ketimbang.ngemis.ptk terbilang sebagai akun yang sedikit pengikutnya. Jumlah unggahan berita yang disajikan juga masih sedikit. Menurut data yang diperoleh pada bulan Juli 2019, akun @ketimbang.ngemis.ptk hanya memiliki 248 unggahan dan 6201 pengikut untuk rentang waktu yang sudah berjalan selama 4 tahun. Sementara akun regional Ketimbang Ngemis di provinsi lain sudah memiliki jumlah pengikut mencapai 10.000 akun.

Jumlah pengikut akun @ketimbang.ngemis.ptk jauh di bawah akun regional dari Kota Medan, Kudus, Bandung, Surabaya,

Jakarta, Purwekerto, dan Bali. Unggahan berita dari akun tersebut juga terbilang sedikit dibandingkan dengan akun regional lain. Unggahan berita hanya dilakukan pada hari Jum'at. Hak cipta dari akun @ketimbang.ngemis.ptk pun tidak dibuat, seperti yang dilakukan oleh beberapa akun regional daerah. Sehingga apabila berita dari akun @ketimbang.ngemis.ptk diperluas oleh pengikutnya, tidak ada identitas Ketimbang Ngemis Pontianak yang melekat pada informasi tersebut.

Kondisi ini berbanding terbalik dengan pencapaian yang dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis Pontianak. Sejak awal kemunculannya, akun ini sudah beberapa kali masuk di media konvensional daerah, seperti koran, televisi dan radio. Pada bulan Februari 2019 kemarin juga berhasil diliput oleh media konvensional Nasional, yakni KBR.id Jakarta. Para Jurnalis Warga di akun @ketimbang.ngemis.ptk juga biasa melakukan kegiatan penerimaan donasi dan pernah beberapa kali melakukan kegiatan bertukar pikiran dengan para penggiat komunitas dan

warganet di Kota Pontianak. Ketimbang Ngemis Pontianak juga memiliki kegiatan tahunan yang dilaksanakan di bulan Ramadhan, yaitu kegiatan berbagi sembako untuk orang-orang yang pernah diliput oleh jurnalis warga @ketimbang.ngemis.ptk.

Berdasarkan penelusuran internet dan kepustakaan penelitian terdahulu, Judul Persepsi Warganet Kota Pontianak Atas Akun Jurnalisme Warga yang menyoroti sudut pandang masyarakat pengguna internet di Kota Pontianak dalam mengonsumsi informasi dari akun yang menjalankan kaidah jurnalistik di media sosial Instagram, @ketimbang.ngemis.ptk, ternyata tidak atau belum pernah diteliti sebelumnya. Berdasarkan fakta di atas, maka peneliti beranggapan bahwa penelitian ini orisinal, unik dan baik, terkait dengan persepsi warganet Kota Pontianak terhadap akun jurnalisme warga di media sosial Instagram yang juga di kelola oleh warganet Kota Pontianak.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti meneliti secara mendalam mengenai

Persepsi Warganet Kota Pontianak Atas Akun Instagram Jurnalisme Warga. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada muatan persepsi warganet di Kota Pontianak atas akun Instagram jurnalis warga @ketimbang.ngemis.ptk terkait masalah ketidakpopuleran akun tersebut.

Manfaat teoritik dalam penelitian ini adalah memberikan tambahan wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi, kaitannya dengan Jurnalisme Warga di dalam sebuah komunitas berbasis informasi di media sosial dan penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai kajian Ilmu Jurnalistik kaitannya dengan akun media sosial berbasis informasi. Selanjutnya manfaat secara praktis adalah hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi portal media sosial berbasis informasi dalam menyebarkan informasi kemasyarakat umum. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kualitas portal berita online di media sosial Instagram, khususnya di Kota Pontianak.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan tradisi komunikasi Fenomenologi dengan teori *Uses and Gratification Of The Internet* (Kegunaan dan Kepuasan dalam penggunaan Internet) oleh Charney dan Greenberg (2001) lewat pembahasan menggunakan faktor-faktor persepsi oleh David Krech dan Richard S. Krutch.

Fenomenologi secara harfiah berarti penelitian yang melihat interpretasi sebagai sebuah proses pemahaman yang sadar dan hati-hati, ketika interpretasi mengambil peranan yang penting (John, 2009). Sedangkan menurut pendapat Schutz (dalam Denzin & Lincoln 2009, 337) Fenomenologi dimaksudkan untuk merumuskan ilmu sosial yang mampu menafsirkan dan menjelaskan tindakan dan pemikiran manusia.

Dalam kajian psikologis, persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling. Setiap individu akan memiliki kriterianya sendiri dalam menentukan terhadap apa mereka

akan menarik perhatian mereka. Masing-masing individu akan memandang dunia berkaitan dengan apa yang mereka butuhkan, apa yang dinilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. (Liliweri, 2011)

Menurut David Krech dan Richard S. Krutch dalam Rakhmat (2008: 55) faktor-faktor yang menentukan persepsi adalah faktor fungsional dan faktor struktural. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Faktor Fungsional, faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli.
2. Faktor Struktural, faktor structural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu.

Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 mempresentasikan sebuah artikel yang sistematis dan komprehensif mengenai peran anggota khalayak dalam proses komunikasi massa. Rumusan dari pemikiran ini menghasilkan Teori *Uses and Gratification*. Teori ini berasumsi bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) untuk menghasilkan kepuasan (hasil). Pengguna aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, pengguna media mempunyai pilihan alternatif media dan konten media untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah “bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak”, tetapi “bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak”. Jadi bobotnya ialah pada

khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Dalam hal ini, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi.

Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang baik di dalam usaha pemenuhan kebutuhannya. Artinya, teori *Uses And Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Charney dan Greenberg (2001) menetapkan delapan faktor gratifikasi untuk Internet, yakni: tetap mendapat informasi, pengalihan dan hiburan, identitas rekan, perasaan yang baik, komunikasi, pandangan dan suara, karier dan "kesejukan". Dua di antaranya, yakni informasikan komunikasi menjelaskan 36% dari varians dalam waktu mingguan yang dihabiskan di internet.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian ini difokuskan pada persepsi masyarakat Kota Pontianak atas akun jurnalisme warga @ketimbang.ngemis.ptk di jejaring media sosial Instagram. Peneliti akan memaparkan dan mendeskripsikan masalah-masalah terkait mengumpulkan data lewat wawancara, kemudian mengolah dan

Penelitian ini dilakukan di Akun Instagram Ketimbang Ngemis Pontianak dan Wawancara dilakukan di Kota Pontianak dengan lokasi tempat sesuai kesepakatan bersama informan. Waktu penelitian terhitung dari sejak disahkannya proposal penelitian pada bulan Juli 2018.

Subjek penelitian yang dianggap mampu memenuhi karakteristik dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna internet di Kota Pontianak dari berbagai kalangan. Sementara, objek dari penelitian ini adalah akun jurnalisme warga @ketimbang.ngemis.ptk di media sosial Instagram.

Desain Penelitian dalam pendekatan fenomenologi ini peneliti

gunakan untuk menggali langsung berbagai pengalaman yang menyebabkan masyarakat memiliki persepsi dalam memaknai fenomena akun jurnalisme warga yang bergerak di media sosial Instagram @ketimbang.ngemis.ptk. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber terkait persepsi terhadap akun media sosial instagram @ketimbang.ngemis.ptk.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah memaparkan hasil wawancara dari penelitian terkait pengalaman masa lalu dan kebutuhan dari masing-masing informan terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk maka dapat diambil kesimpulan terkait faktor yang mempengaruhi persepsi yakni, faktor fungsional. Berdasarkan hasil wawancara, keenam informan memiliki pengalaman, kedekatan dan kebutuhan yang berbeda dalam memberikan persepsi terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk.

Pengalaman masa lalu dan kebutuhan atas akun tersebut juga yang pada akhirnya menjadi alasan

keenam informan mengetahui dan mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk di jejaring media sosial Instagram.

Pada faktor fungsional yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi seorang individu, dalam hal ini keenam informan, juga dapat diambil kesimpulan bahwasanya kebutuhan dari masing-masing informan cenderung lebih kepada rasa ingin tahu yang tinggi terhadap unggahan dan pergerakan komunitas sosial Ketimbang Ngemis Pontianak di media sosial Instagram. Kebutuhan lain yakni karena faktor kedekatan antara informan dengan para pekerja yang diunggah maupun kedekatan antara informan dengan orang-orang yang menggerakkan akun @ketimbang.ngemis.ptk tersebut.

Selanjutnya, faktor struktural dapat diambil kesimpulan bahwa informan mengorganisasikan persepsi sesuai dengan rangsangan yang didapat pada faktor sebelumnya, yakni pengalaman masa lalu dari masing-masing informan. Informan memberikan jawaban terkait informasi yang mereka

dapatkan setelah mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk dengan berbagai kacamata yang berkaitan dengan pengalaman yang mereka alami sebelumnya.

Adapun hasil analisis oleh Peneliti menggunakan indikator pada teori *Uses and Gratification Of The Internet* dengan hasil pembahasan persepsi pada informan, analisis tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Uses (Kebutuhan)*

Hasil wawancara pada faktor fungsional dimaksudkan untuk mengetahui dan mendalami informasi terkait kebutuhan masyarakat Kota Pontianak terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk di media sosial Instagram. Kebutuhan masyarakat Kota Pontianak lewat wawancara terhadap keenam informan atas akun informasi di media sosial Instagram beragam. Kebutuhan ini melekat pada pengalaman, kedekatan dan faktor personal keenam informan. Pengalaman masa lalu dan kebutuhan atas akun @ketimbang.ngemis.ptk yang pada akhirnya menjadi alasan keenam

informan mengetahui dan mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk di jejaring media sosial Instagram.

Hasil wawancara bersama informan pertama atas nama Putri Rizky Amanda yang berstatus sebagai pelajar menjawab bahwasanya ia memiliki ketertarikan untuk bergabung dengan pergerakan komunitas sosial anak muda millennial di Kota Pontianak. Kebutuhannya sebagai bekal buat jenjang perkuliahan untuk mendapat beasiswa dan bermanfaat buat orang lain. Informan pertama yang berstatus sebagai pelajar juga menjawab bahwasannya dalam memilih informasi di media sosial instagram, ia lebih menyukai akun informasi yang menyajikan kalimat yang tidak panjang.

Selanjutnya, informan kedua atas nama Yudis Meidiansyah yang berstatus sebagai mahasiswa mengatakan bahwa dirinya memiliki ketertarikan untuk mengetahui para pekerja yang memiliki keterbatasan di Kota Pontianak dengan mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk, setelah sebelumnya sudah mengikuti

akun Ketimbang Ngemis di regional Kota Jakarta dan Kota Surabaya.

Hasil wawancara selanjutnya, informan ketiga atas nama Aulia Rahmi yang berstatus sebagai pekerja lebih menyukai akun informasi yang mengutamakan kualitas daripada kuantitas dalam hal materi pesan yang disampaikan. Baginya akun @ketimbang.ngemis.ptk memenuhi standar kualitas informasi yang dimaksud.

Selanjutnya, hasil wawancara peneliti bersama informan keempat yang merupakan *Influencer* #BeiscasThoughts, Miss Indonesia Kalimantan Barat 2019 dan Dare Pontianak 2017 ini sangat menyukai sajian informasi yang disampaikan oleh akun @ketimbang.ngemis.ptk. Informan keempat juga berpendapat *uses* atau kebutuhan khalayak pada informasi di media sosial itu sangat berpengaruh pada dua indikator, yakni “cepat” dan “tepat”. Masalah terkait ketidakpopuleran akun @ketimbang.ngemis.ptk saat ini karena menurutnya akun tersebut unggul dalam indikator “tepat”

sehingga sangat membantu dirinya yang haus akan informasi.

Hasil wawancara bersama informan kelima atas nama Ika Kartini Achmad yang berstatus sebagai ibu rumah tangga mengatakan bahwa dirinya lebih menyukai informasi dari yang lebih praktis dan cepat. Informan kelima berpendapat bahwa ketidakpopuleran akun @ketimbang.ngemis.ptk adalah karena minat baca mayoritas orang yang menyenangi sesuatu yang praktis. Informan kelima mengatakan bahwa dirinya biasa lebih menyukai informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut yang didukung dengan bukti visual atau gambar. Dalam hal ini, informan kelima selektif dalam memilih sumber informan yang dipercaya.

Wawancara terakhir bersama informan keenam atas nama Leo Prima, S.Sos yang merupakan jurnalis media cetak Harian Tribun Pontianak sekaligus Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNTAN, beliau berpendapat bahwa kebutuhan manusia era digital semakin bertambah. Manusia era digital memiliki karakteristik yang praktis

dengan segala macam bentuk kecanggihan digital saat ini. Dalam hal kebutuhan informasi di media sosial Instagram yang mulai dibanjiri oleh akun Informasi yang kurang mengindahkan kaidah jurnalistik.

2. *Gratification* (Pemuasan) :

Gratification atau pemuasan dalam teori ini menjelaskan bagaimana seorang individu mendapatkan hasil dari upaya memenuhi kebutuhannya. Dari hasil wawancara pada tahap fungsi struktural, peneliti menemukan alasan informan dalam memenuhi kebutuhannya terhadap informasi di media sosial Instagram. Pemuasan ini juga atas pemuasan kebutuhan informan terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk.

Informan pertama atas nama Putri Rizky Amanda ini mengatakan bahwa dirinya akan membuka akun informasi dengan keterangan foto yang panjang apabila pada akun informasi sebelumnya (dengan keterangan foto yang tidak panjang), belum ditemukan informasi yang jelas. Ini hanya berlaku pada

beberapa unggahan yang dirasa viral baginya.

Selanjutnya, hasil wawancara peneliti terkait persepsi informan terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk, informan kedua berpersepsi terkait kepuasan dan ketidakpuasannya terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk. Kepuasan yang dirasakan oleh informan kedua adalah terkait manfaat yang ia terima setelah mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk, yakni dari segi pembaca, menurutnya akun @ketimbang.ngemis.ptk sudah mampu menjadi motivasi dan sasaran untuk memberikan donasi yang tepat kepada yang membutuhkan.

Sementara terkait ketidakpuasan terhadap akun @ketimbang.ngemis.ptk, menurut informan kedua akun ini sangat jarang membagikan informasi seperti akun Ketimbang Ngemis di Jakarta dan di Surabaya. Namun demikian, informan kedua tetap mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk ini karena merasa memiliki kedekatan secara emosional dengan informasi yang disampaikan.

Hasil wawancara peneliti terhadap informan ketiga didapatkan kepuasan dalam mengonsumsi akun informasi yang baginya berkualitas di media sosial Instagram adalah dalam hal kebutuhan mencari sasaran yang tepat dalam berdonasi.

Hasil wawancara selanjutnya, peneliti mendapati kepuasan informan keempat dalam mengonsumsi sajian informasi di media sosial Instagram @ketimbang.ngemis.ptk. yang pernah bertemu dengan seorang penjual kerupuk opak di area kampus UNTAN kemudian mendapati informasi terkait penjual tersebut di akun @ketimbang.ngemis.ptk.

Berangkat dari pengalaman informan kelima pertama kali mengetahui akun @ketimbang.ngemis.ptk dalam kegiatan *Garage Sale!* pada bulan Desember 2018. Informan kelima tertarik ketika membaca *standbanner* yang bertuliskan “*support* profesi orang-orang yang tetap memilih bekerja daripada mengemis”. Kemudian informan kelima mengikuti akun

@ketimbang.ngemis.ptk dalam memenuhi ketertarikannya.

Selanjutnya, dalam memenuhi kebutuhan atas informasi di akun @ketimbang.ngemis.ptk, sebagai seorang yang tidak menyukai keterangan foto yang panjang, informan kelima mengambil alternatif diceritakan oleh orang lain. Informan kelima menambahkan juga bahwa dirinya bukan termasuk yang menyukai informasi kiriman yang tidak jelas sumber dan maksud informasi yang hendak disampaikan.

Selanjutnya, wawancara bersama informan keenam yang merupakan Jurnalis Media Konvensional di Kota Pontianak. Informan keenam berpendapat bahwasannya akun @ketimbang.ngemis.ptk ini memberi jawaban atas kebutuhan khalayak terkait target sosok yang layak mendapat bantuan. Melihat pergerakan Komunitas Ketimbang Ngemis Pontianak dan kebutuhan khalayak dalam mengonsumsi akun informasi di media sosial Instagram, informan keenam berpendapat ada beberapa hal yang bisa menjadi masukan untuk akun

@ketimbang.ngemis.ptk agar mampu bersaing dengan akun-akun informasi lain di Kota Pontianak.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa dua faktor yang mempengaruhi persepsi warganet Kota Pontianak atas akun @ketimbang.ngemis.ptk, yakni faktor fungsional dan faktor struktural yang dianalisis dengan unit dari teori *Uses (Kebutuhan) dan Gratification (Pemuasan) of the internet* menghasilkan kesimpulan sebagai berikut;

1. *Uses (Kebutuhan)*

Warganet secara sadar memilih informasi yang mereka konsumsi berdasarkan kebutuhan mereka lewat internet dan dalam mengikuti akun @ketimbang.ngemis.ptk di media sosial Instagram. Sehingga akun informasi di media sosial Instagram yang belum menerapkan asas-asas jurnalistik tetap dikonsumsi sebab warganet memiliki kebutuhan di dalamnya.

2. Gratification (Kepuasan)

Akun @ketimbang.ngemis.ptk dipercaya sebagai akun penerima donasi bantuan untuk pekerja yang membutuhkan lewat keterangan informasi yang jelas dan mendalam. Akan tetapi dalam hal ini, akun @ketimbang.ngemis.ptk dianggap belum memenuhi kepuasan bagi warganet sebab memiliki keterangan foto yang panjang, waktu pengunggahan yang hanya mengunggah informasi seminggu sekali sehingga kepuasan yang dirasakan oleh pengikutnya berkurang dan lebih memilih akun informasi yang kurang mengindahkan kaidah jurnalistik.

6. SARAN

Peneliti menyampaikan saran-saran sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan. Saran-saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Untuk menjadi bahan evaluasi terhadap pergerakan komunitas Ketimbang Ngemis Pontianak lewat akun @ketimbang.ngemis.ptk dalam menyajikan informasi terkait

banyaknya masukan dari warganet terhadap kekurangan yang dimiliki oleh akun @ketimbang.ngemis.ptk.

Kekurangan tersebut antara lain, akun ini dianggap sebagai akun yang sangat jarang mengunggah informasi. kekurangan

berikutnya, akun ini dianggap memiliki keterangan foto yang sangat panjang sehingga beberapa warganet tidak begitu suka untuk membacanya.

Mengajak *Influencer* Kota Pontianak untuk bekerjasama dalam memviralkan akun @ketimbang.ngemis.ptk juga bisa menjadi bahan masukan untuk para anggota komunitas agar semakin banyak warganet di Kota Pontianak yang mengetahui kehadiran akun yang sudah mendapat pandangan positif ini.

2. Untuk menjadi bahan evaluasi terhadap akun informasi lain di Kota Pontianak dalam hal penyampaian informasi melalui media sosial. Akun informasi lain di Kota Pontianak ini

diharapkan mampu mengindahkan kaidah jurnalistik, tidak hanya unggul di kuantitas tetapi juga kualitas. Selain itu, diharapkan akun informasi lain di Kota Pontianak tidak hanya sekedarkan merepost informasi dari warganet tetapi baiknya lewat *crosscheck* agar informasi tersebut baik untuk dikonsumsi oleh warganet Kota Pontianak.

3. Untuk segi pembaca informasi dari media sosial Instagram, jadilah pembaca yang cerdas. Pembaca diharapkan dapat memilah dan memilah kembali akun informasi yang kredibel sebagai referensi dalam mencari informasi. Belajar memfilter informasi yang benar, tidak langsung menelan habis informasi yang disajikan oleh akun informasi di media sosial, terutama terhadap akun informasi yang hanya mengunggah informasi kiriman dari warganet.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Charney, T., & Greenberg, B. (2001). Uses and gratifications of the Internet. In C. Lin & D. Atkin (Eds.), *Communication, technology and society: New media adoption and uses* (pp. 383-406). Cresskill, NJ: Hampton.
- Creswell, Jhon W., 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions*. Amerika Serikat : SAGE Publications.
- Faradiba, Rizqia. 2018. 7 Prinsip Dasar Penulisan Jurnalistik. Kinibisa.com. Diakses pada tanggal 25 Feberuari 2019.
- Hauben, Michael. 2011. *The Net and Netizens*. Amerika Serikat : Universitas Coloumbia.

- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Buku Kompas.
- Kartini Bohang. Fatimah . 2018. "Data Pengguna Aktif Instagram". tekno.kompas.com. Diakses pada tanggal 2 Juli 2018.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Laporan Gathering Nasional. 2018. *Komunitas Ketimbang Ngemis*.
- Lasica, J. D., August 7, 2003. "What is Participatory Journalism?". *Online Journalism Review*,. Diakses pada tanggal 18 Juli 2018.
- Littlejohn, Stephen W.,. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2002 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta : Elex Komputindo.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta : LkiS
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tria Kusumawardhani. 2017. Skripsi. "Persepsi Mahasiswa Kota Bandung Terhadap Akun Media Sosial Instagram @Ridwankamil". Bandung : Universitas Padjajaran. Diakses di www.repository.unpas.ac.id. Pada tanggal 18 Agustus 2018.
- Walito. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta.