

# Opini Pengikut Instagram Terhadap Akun Instagram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabupaten Lamongan

Oleh:

Ulul Albab (162022000115),

Ainur Rchmaniah (0721126903)

Progam Studi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Bulan, Tahun



# Pendahuluan

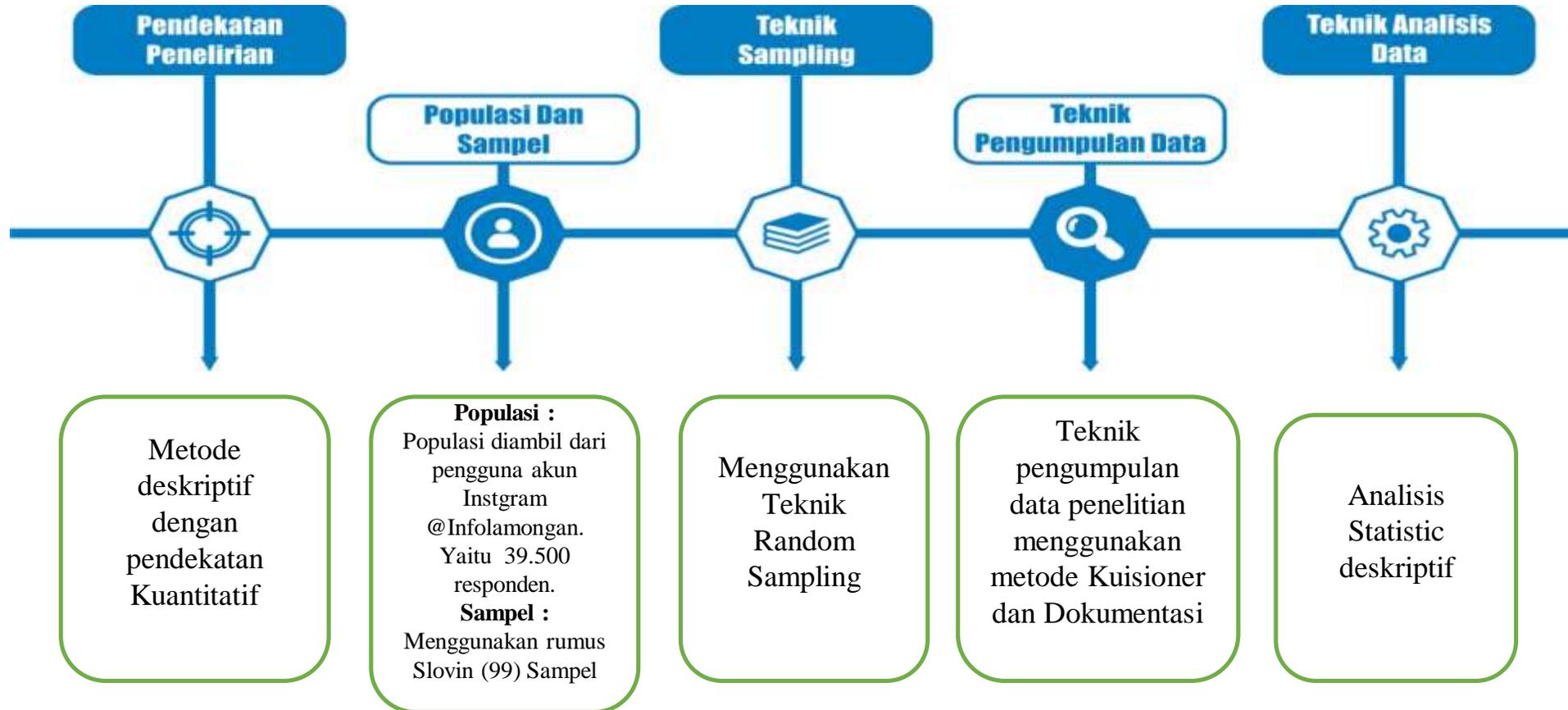
- Menurut (Quirk dkk, dalam Wibisono, 2013) Opini adalah pendapat, ide, ekspresi pribadi terhadap persektif” yang tidak obyektif dan tidak melalui verifikasi”.
- Salah satu aplikasi yang paling diminati masyarakat atau yang paling populer saat ini adalah Instagram
- Salah satu akun Instagram media informasi yang ada di kabupaten lamongan yaitu @Infolamongan

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

## **Rumusan Masalah :**

Bagaimana Opini Pengguna Instagram Terhadap Akun Instgaram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabuapten Lamongan?

# Metode



# Hasil

- Analisis Statistik Deskriptif

Statistics

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		84,4400
Median		86,0000
Mode		88,00
Std. Deviation		7,12134
Range		41,00
Minimum		55,00
Maximum		96,00

Sumber : SPSS

Dapat disimpulkan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka dapat disimpulkan penyebaran nilainya merata.

# Pembahasan

## PEMBAHASAN

- Penelitian ini berfokus pada opini *followers* terhadap akun Instagram @Infolamongan sebagai media Informasi.
- persentase dari variabel opini follower dan instagram @infolamongan sebagai media informasi termasuk dalam kategori sangat tinggi, yaitu variable Opini follower sebesar 88.17% dan instgram @infolamongan sebagai media informasisebesar 87,69%.
- Berdasarkan hasil uji validitas, penelitian ini mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r kritis (0,3). Berdasarkan uji validitas menggunakan SPSS, hasil uji validitas tersebut adalah valid. Dari hasil uji reailitas menunjukkan bahwa uji reliabilitas kedua variabel menunjukkan hasil yang reliabel, dan sesuai untuk digunakan sebagai penelitian lebih lanjut di mana, di mana Hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil yang reliable karena nilai *Alpha Cronbach*'snya adalah 0,802, dan 0,767.
- Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka dapat disimpulkan penyebaran nilainya merata. Dari hasil presentase jawaban responden Sebagian besar pengikut akun @infolamongan termasuk dalam kategori cukup dalam memberikan respon terhadap pertanyaan – pertanyaan yang diberikan

# Temuan Penting Penelitian

persentase dari variabel opini follower dan instagram @infolamongan sebagai media informasi termasuk dalam kategori sangat tinggi, yaitu variable Opini follower sebesar 88.17% dan instgram @infolamongan sebagai media informasisebesar 87,69%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka dapat disimpulkan penyebaran nilainya merata.

# Manfaat Penelitian

## Manfaat Penelitian :

- 1. Aspek teoritis
- Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang bersifat teoritis tentang media sosial atau *instagram*, khususnya dalam bidang Opini pengguna Instagram Terhadap Akun Instagram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabupaten Lamongan.
- 2. Aspek praktis
- Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau membangun pandangan kepada berbagai pihak terkait dalam menilai sebuah akun *instagram* dalam memenuhi kebutuhan informasi

# Referensi

Alim, M. (2018). *BBunga Rampai Media Sosial*. Jakarta: Spansi Media.

Ayutiani, dan Putri. (2018). Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas Volume 3 Nomor 1*, 39-59.

Effendi, dkk. (2019). Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas\_pemkomedan. *Perspektif Volume 8 Nomor 1*, 20-26.

Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: Anggota IKAPI.

Faiza, dan Firda. (2018). *Arus Metamorfosa Milineal*. Kendal: CV. Achmad Jaya group.

Hidayatullah, A. (2018). *Digital Learning*. Surabaya: UM Surabaya Publishing.

Ifadah, dan Rochmaniah. (2014). Opini Mahasiswa Terhadap Website Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Sebagai Media Informasi. *KANAL. Vol. 2, No. 2, Maret 2014*, 107-206.

Maani, H. (2019). Penggunaan Media Sosial "Instagram" Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar. *Commercium. Volume 01 Nomor 02*, 67-71.

Mustapa, dan Maryadi. (2017). *Kepemimpinan Pelayan: Dimensi Baru Dalam Kepemimpinan*. Makassar: Celebes Media Perkasa.

Nurfalah, dan Wihayati. (2016). Persepsi Khalayak Dalam penggunaan Media Jejaring Sosial Untuk Kampanye Politik. *Naskah Publikasi Prodi Ilmu Komunikasi, Fisip Unswagati-Cirebon*, 1-17.

Pratisti, dan Yuwono. (2018). *Psikologi Eksperimen: Konsep, Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Sadewa, dan Puspitasari. (2016). Instagram @Indonesiatraveler Sebagai Media Informasi Tentang Pariwisata Indonesia (Studi Kasus pada Komunitas Pecinta Alam Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan). *Naskah Publikasi Unierista*

Sutrisman, D. (2019). *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan dan Mahasiswa*. Bogor: Guepedia.

Willya, dkk. (2018). *Senarai Penelitian: Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural*. Yogyakarta: Deepublish.

