

---

## **STUDENTS' PERCEPTIONS ON INFORMATION SHARED BY INSTAGRAM ACCOUNT LAMBE TURAH**

### **PERSEPSI MAHASISWA PADA INFORMASI AKUN INSTAGRAM LAMBE TURAH**

**EKA YUNITA SARI**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

*E-mail: ekayunitasari63@gmail.com*

Naskah diterima: 6 Januari 2019 Naskah diterbitkan: 19 Desember 2019

#### **ABSTRACT**

This study aims to determine student perceptions of LAMBE TURAH's Instagram account information in providing information presented by LAMBE TURAH regarding the lives of celebrities. The research method used in this study is quantitative based on a survey method conducted at the Department of Communication Studies, Tadulako University. The sampling technique of this study is random sampling technique, totaling 52 respondents. The data was collected using a questionnaire with Likert measurement scale. The results showed perceptions related to the information provided by the Lambe Turah Instagram account using the theory of the nature of perception. There are 5 indicators consisting of perception based on experience with an average of 66.28%, selective perception 63.59%, presumptive perception 65.77%, evaluative perception 58.46%, contextual perception 63.72%. Students' perceptions of Lambe Turah's Instagram account information help them in getting information presented by Lambe Turah's Instagram account because the information presented is easy to understand and interesting to read. Also, the lambe turah instagram account is entertaining, refreshing and pleasing to the audience by presenting light and relaxed information according to needs.

**Keywords:** Perception, Instagram, Lambe Turah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa pada informasi akun instagram LAMBE TURAH dalam memberikan informasi yang di sajikan oleh LAMBE TURAH terkait kehidupan para selebritis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan dasar metode survey yang dilakukan di Fisip Ilmu Komunikasi angkatan 2016 Universitas Tadulako. Teknik pengambilam sampel penelitian ini menggunakan teknik random sampling yang berjumlah 52 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan skala pengukuran likert. Hasil penelitian menunjukkan persepsi terkait informasi yang diberikan akun instagram lambe turah dengan menggunakan teori sifat persepsi. terdapat 5 indikator yang terdiri dari persepsi berdasarkan pengalaman dengan jumlah rata-rata 66,28%, persepsi bersifat selektif 63,59%, persepsi bersifat dugaan 65,77%, persepsi bersifat evaluatif 58,46%, persepsi bersifat kontekstual 63,72%. Persepsi mahasiswa pada informasi akun instagram lambe turah membantu mereka dalam mendapatkan sebuah informasi yang disajikan akun instagram lambe turah karena informasi yang disajikan mudah dipahami dan menarik untuk dibaca. Dan juga akun instagram lambe turah bersifat menghibur, menyegarkan dan menyenangkan khalayaknya dengan menyajikan informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan.

**Kata kunci:** Persepsi, Instagram, Lambe Turah

#### **A. PENDAHULUAN**

Era Globalisasi saat ini teknologi informasi dan komunikasi sudah berkembang sangat pesat. Masyarakat dapat menggunakan teknologi terkini seperti handphone atau gadget untuk berkomunikasi satu sama lain. Selain

dari handphone yang dapat mengirim pesan secara lisan maupun tulisan, kini internet juga berperan sebagai sumber informasi yang jaringannya tersebar. Internet sebagai salah satu alternatif masyarakat sebagai sumber informasi, internet memudahkan masyarakat untuk

memenuhi kebutuhan informasi dengan mudah.

Media sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu, kelompok atau organisasi yang terhubung dan terjadi interaksi satu sama lain dengan menggunakan perantara teknologi informasi (Abugaza, 2013: 16). Media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi (Nasrullah, 2014: 36-37).

Media sosial yang cukup banyak digunakan masyarakat adalah instagram dan pada tanggal 3 April 2012 pengguna android sudah dapat mengunduh aplikasi instagram, jumlah pengguna instagram yang sebelumnya 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam waktu 12 jam dan terus meningkat secara signifikan, dan pada tanggal 1 Mei 2012 jumlah pengguna melesat menjadi 50 juta dan terus bertambah rata-rata 5 juta tiap minggunya (Atmoko, 2012: 14-15).

Fungsi instagram tidak hanya sebagai sarana untuk mempublikasikan foto atau pun video tapi, instagram juga bisa menjadi sarana pemberitaan infotainment, kini ada banyak akun-akun gosip yang siap memberikan informasi tentang skandal artis paling terbaru bahkan, akun gosip juga menampilkan isu terhangat, keseharian publik figur, berita terkini, juga foto dan video yang viral. Meskipun keakuratan informasi yang disajikan di akun-akun tersebut tidak selalu benar, namun beberapa infotainment gosip di televisi

justru menjadikan akun gosip ini sebagai sumber informasi.

Akun gosip yang sangat populer di Indonesia saat ini bernama LAMBE TURAH yaitu informasi mengenai selebritis dengan instagram-nya @lambe-turah, untuk saat ini pengikut LAMBE TURAH sudah mencapai 4,3 juta. Akun gosip lambe turah di instagram sudah ada sejak Desember 2015 tetapi belum terkenal pada saat itu. Barulah sejak mereka mengumbar cerita mengenai Mario Teguh dan Kiswinar, anak kandung Mario Teguh yang tidak diakui, ketenaran akun gosip LAMBE TURAH pada tahun 2016. Sebelumnya tidak ada yang memberitakan mengenai informasi tersebut bahkan para infotainment tidak mengetahuinya. Informasi yang didapatkan LAMBE TURAH sangat cepat dan terbaru sehingga masyarakat sudah dapat mengetahui informasi sebelum mereka menyaksikan infotainment televisi. Admin LAMBE TURAH sering dipanggil 'minceu' ini sering menjadi sumber khalayak di Indonesia terbaru. LAMBE TURAH bisa dikatakan adalah akun gosip paling berpengaruh di Indonesia saat ini (sumber: [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)).

Informasi seputar selebritis yang dibagikan ke sosial media oleh admin LAMBE TURAH dan informasi yang diunggah tersebut selalu terkesan eksklusif dan membuat banyak orang penasaran karena informasi yang diunggah cukup membuat heboh sehingga banyak masyarakat pengguna instagram tak segan mengikuti akun gosip LAMBE TURAH agar masyarakat

tidak ketinggalan seputar informasi mengenai kehidupan para selebtrtis. Akun LAMBE TURAH telah menjadi viral di masyarakat saat ini bahkan para selebtrtis Indonesia pun membicarakan tentang informasi yang ada di LAMBE TURAH.

## **B. Media Massa dan Media Baru**

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan penyederhanaan dari komunikasi melalui media massa. Massa pada lingkup komunikasi adalah penerima pesan atau dikenal sebagai komunikan oleh karena itu, massa menunjuk pada khalayak, audiens, penonton, pemirsa, atau pembaca yang berkaitan dengan media massa (Laksana, 2015: 114).

Menurut Wiryanto (2000:33), komunikasi massa merupakan tipe komunikasi manusia yang lahir bersama dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa dalah bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas pada saat yang bersamaan.

Menurut Laksana (2015:115-116), ada empat tanda pokok dari komunikasi massa, yaitu sebagai berikut ;

### **1. Bersifat tidak langsung**

Bersifat tidak langsung, artinya melewati media teknis. Komunikasi massa mengharuskan adanya media massa dalam prosesnya. Hal ini disebabkan teknologi yang membuat komunikasi massa dapat terjadi.

### **2. Bersifat tidak satu arah**

Satu arah, artinya tidak ada interaksi antar peserta komunikasi. Dalam istilah komunikasi, reaksi khalayak yang dijadikan masukan untuk proses komunikasi berikutnya disebut umpan balik (feedback). Akan tetapi, dalam sistem komunikasi massa, komunikator sukar menyesuaikan pesannya dengan reaksi komunikan (khalayak luas).

### **3. Bersifat tidak terbuka**

Bersifat tidak terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim. Komunikasi dengan media massa memungkinkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada publik yang tidak terbatas jumlahnya, siapa pun dan berapa pun orangnya selama mereka memiliki alat penerima (media) siaran tersebut.

### **4. Mempunyai Publik**

Komunikasi massa mempunyai publik yang secara geografis tersebar. Seperti dikemukakan sebelumnya, komunikasi massa tidak hanya ditujukan bagi sekelompok orang dikawasan tertentu, tetapi kepada khalayak luas di mana pun mereka berada. Oleh karena itu, melalui media massa seseorang atau sekelompok orang dapat melakukan persuasif kepada banyak orang di berbagai temat dengan efisien.

Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh publik dalam

merefensi tempat di publikasikannya suatu berita. Pengertian media massa sangat luas. Media massa dapat diartikan sebagai segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau masyarakat (Yunus, 2012: 26-27).

Menurut Suryawati (2014:49) secara umum, media massa sebagai medium jurnalistik melekat empat fungsi utama, yaitu:

1. To inform (untuk menginformasikan)

Jurnalistik merupakan sarana untuk penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sekitar kehidupan manusia yang patut diketahui oleh khalayak.

2. To educate (untuk mendidik)

Jurnalistik sebagai sarana pendidikan massa sehingga khalayak bertambah pengetahuannya.

3. To influence (untuk memengaruhi)

Jurnalistik merupakan sarana untuk memengaruhi pendapat dan pikiran orang lain tentang fakta dan peristiwa yang sedang menjadi topik pembicaraan.

4. To entertain (untuk menghibur)

Jurnalistik merupakan sarana yang bersifat menghibur, menyegarkan dan menyenangkan khalayaknya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan.

Istilah “media baru” (New Media) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan

telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Media baru merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktivitas memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral pemahaman tentang media baru (Mc Quail, 2011: 89).

Ciri utama media baru adalah (1) adanya saling keterhubungan; (2) aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan; (3) interaktivitasnya; (4) kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka; (5) dan sifatnya yang ada dimana-mana (Mc Quail, 2011: 43).

Perkembangan media baru dan hadirnya media siber merupakan salah satu pijakan untuk melihat hubungan baru antara media dan khalayak. Sebab selama ini diskursus tentang media dan khalayak, khususnya terhadap media tradisional, menempatkan khalayak dalam posisi pasif, sekedar menerima terpaan media dan tidak memiliki kebebasan untuk memproduksi informasi, bahkan khalayak menjadi objek yang didefinisikan oleh media (Nasrullah, 2014: 61).

Dalam bukunya, Suryawati (2014: 46) menjelaskan bahwa media online merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu, media Online tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi dan berita. Media online memiliki pertumbuhan yang spektakuler, hampir sebagian besar masyarakat di perkotaan menggemari media online. Bagi sebagian orang, media online sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita.

Media online dapat disamakan dengan pemanfaatan media dengan menggunakan perangkat internet. Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama, yaitu sejak tahun 1990, media Online sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat mulai dan sedang menggemari media online. Sekalipun internet tidak sepenuhnya di manfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media online saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita (Yunus, 2012: 32).

Suryawati (2014: 46), keunggulan media online adalah mampu menyajikan informasi secara cepat dan terkini. Bahkan, media online lebih unggul dibandingkan dengan media elektronik (radio maupun televisi) dalam mengup-

date berita. Keunggulan media online sebagai berikut :

1. Informasinya bersifat up to date media online dapat melakukan upgrade suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media online memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibandingkan dengan jenis media massa lainnya.
2. Informasinya bersifat real time media online dapat menyajikan informasi dan berita saat peristiwa sedang berlangsung. Sebagian besar wartawan media online dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa.
3. Informasinya bersifat praktis media online dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di warung internet, bahkan di dalam mobil sekalipun.

Kehadiran media online dalam satu dekade belakangan ini sangat marak, Setidaknya saat ini telah ada lebih dari 155 juta website, baik individu/lembaga maupun media online. Dari sini pula media online hadir dan makin meluas pengaruhnya, bahkan kini hampir semua media cetak dan elektronik pun memiliki media online sebagai penunjang dan basis dokumentasi penyajian informasi dan berita yang

dilakukannya. Internet terbukti telah mampu menjadi sarana komunikasi yang paling mudah dan praktis (Yunus, 2012: 33-34).

Media sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu, kelompok atau organisasi yang terhubung dan terjadi interaksi satu sama lain dengan menggunakan perantara teknologi informasi (Abugaza, 2013: 16).

Definisi lain media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. seperti Twitter, Blog, Foursquare, dan lainnya (Puntoadi, 2011 : 1)

Kehadiran situs jejaring sosial (social networking site) atau sering disebut dengan media sosial (social media) seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Skype merupakan media yang digunakan memublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2014 : 36-37).

Kehadiran dan perkembangan teknologi khususnya internet membawa arus baru bagi sikap media kontemporer (Abugaza, 2013:155). Kehadiran media sosial setidaknya memerdekakan nalar kita akan arti kemedekaan berpendapat, menguatkan akan arti penting pilihan

sesuai kebutuhan, dan itu hanya terintegrasi ketika ada feed back dari objek yang disasar oleh media itu sendiri.

Media baru (new media) memiliki sejumlah ciri (Abugaza, 2013:155-156) yang membedakannya dari media lama. Pertama, ada variasi yang besar dalam kontennya, baik dari segi keluasan (jumlah topik) maupun dari segi kedalamannya. Media lama memiliki keterbatasan konten karena ada pertimbangan ruang dan waktu. Media baru tidak punya keterbatasan semacam itu. Kedua, media baru memberi kontrol yang lebih besa kepada pengguna (user) atas informasi apa yang akan diterimanya. Dalam model broadcasting, media menentukan informasi apa yang akan ditansmisikan, dan orang hanya punya sedikit sumber informasi alternatif. Dalam model media baru, orang lebih punya banyak kemampuan memilih sendiri sumbernya dan menggali dalam jika mereka merasa butuh.

Media sosial memiliki keistimewaan yang tidak terdapat pada media konvensional, yaitu: (1) Audiens juga bisa jadi penyampai informasi; (2) Audiens dapat saling interaksi satu sama lain; (3) Audiens bisa langsung berkomunikasi dengan narasumber berita. Bahkan dalam perkembangannya, audiens atau pengguna media sosial mampu menghimpun kekuatan tersendiri dengan membentuk gerakan-gerakan yang mendukung atau menolak suatu isu, sesuai dengan opini mereka. Gerakan ini tidak dapat diremehkan sebab dalam jumlah yang besar, mereka mampu menggiring opini publik, menarik

perhatian media massa, menjadi suatu power tersendiri yang diperhitungkan, terlebih lagi jika di dalamnya terdapat figur-figur publik yang kompeten di bidangnya (Magdalena, 2010: 29).

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagai foto. Menjadi salah satu ciri menarik dari Instagram adalah bahwa ada batas foto kebentuk persegi, mirip dengan gambar kodak Instamatic dan polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel (Salbino, 2014: 47)

Instagram telah menjadi layanan Photo Sharing yang andal dengan segudang prestagi dan jutaan pengguna. Kesuksesan di platform IOS telah berhasil diraih. Platform yang menarik perhatian setelah IOS adalah andriod. Karena platform buatan Google ini relatif baru tapi sekarang menjadi yang tersebar di dunia. Masuk ke platform buatan Goole berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 pengguna android sudah terdapat mengunduh aplikasi ini. Jumlah pengguna Instagram yang sebelumnya 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam tempo 12 jam dan terus meningkat secara signifikan. Hal ini juga yang membuat nilai tawar instagram sebagai layanan photo sharing dan sebagai perusahaan yang menaunginya semakin tinggi. Pada 1 Mei 2012, jumlah pengguna melesat menjadi 50 juta dan terus bertambah rata-rata 5 juta tiap minggunya (Atmoko, 2012: 14-15).

### C. Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi yang identik dengan penyandian-balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini jelas tampak pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot: "Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna", Rudolph F. Verderber: "Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawai", atau J. Cohen: "Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana (Mulyana,2013: 180).

Beberapa hal yang patut kita pelejari menyangkut persoalan dalam persepsi ini, Mulyana (2013: 176-196) yaitu:

1. Persepsi berdasarkan pengalaman Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu obyek jelas akan membuat seseorang menafsirkan obyek tersebut berdasarkan dugaan semata, atau pengalaman yang mirip.
2. Persepsi bersifat selektif Alat indera kita bersifat lemah dan selektif. Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas kita atas rangsangan tersebut.

3. Persepsi bersifat dugaan  
Persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan seperti proses seleksi, langkah ini dianggap perlu karena kita tidak mungkin memperoleh seperangkat rincian yang lengkap kelima indera kita.
4. Persepsi bersifat evaluatif  
Suatu proses kognitif psikologis yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan persepsi bersifat pribadi dan subjektif yang digunakan untuk memaknai persepsi.
5. Persepsi bersifat kontekstual  
Merupakan pengaruh paling kuat yang melingkungi ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian yang sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita.

#### **D. Metode Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau penghubung dengan variabel yang lain (Siregar, 2013: 7).

Dasar penelitian ini menggunakan metode survey. Survey adalah metode riset kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah

responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survey, proses pengumpulan data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2006: 60-61).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu persepsi mahasiswa pada akun instagram lambe turah. Variabel tunggal adalah variabel yang hanya mengungkapkan satu variabel untuk dideskripsikan unsur atau faktor-faktor dalam setiap gejala yang termasuk variabel tersebut adalah pengalaman masa lalu (terdahulu), keinginan dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam hal membuat keputusan, dan pengalaman dari teman-teman.

Lokasi penelitian dilakukan di Fisip Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2016 Universitas Tadulako. Berdasarkan observasi awal atau sebelumnya mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016 merupakan mahasiswa yang dominan aktif mengikuti informasi atau pemberitaan yang ada di akun instagram lambe turah.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang disertai daftar-daftar pertanyaan kepada responden, dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang benar serta relevan dengan objek yang akan di jadikan penelitian.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013:107).

Tabel 1. Skala likert

No	Tanggapan	Skor
1	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2	Setuju/sering/positif	4
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: Sugiyono (2013:108)

Arikunto (89:2010) menjelaskan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas menggunakan aplikasi SPSS dengan perbandingan nilai  $r$  hitung dan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $\geq$  nilai  $r$  tabel maka instrumen dapat dikatakan valid.

Sugiyono (153:2013) menjelaskan bahwa reliabilitas sama dengan konsistensi atau keajegan. Suatu

instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila test yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini reliabilitas angket dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan melihat nilai output pada tabel Reliability Statistics kemudian membandingkan nilai pada kolom Cronbach's Alpha dengan nilai 0,6. Jika nilai pada kolom Cronbach's Alpha  $\geq$  nilai 0,6 maka instrumen dapat dikategorikan reliabilitas.

### E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 2. Jumlah rata rata persepsi mahasiswa pada akun instagram LAMBE TURAH

No.	Indikator	skor	%
1.	Persepsi Berdasarkan Pengalaman	198,85	66,28%
2.	Persepsi Bersifat selektif	190,77	63,59%
3.	Persepsi Bersifat Dugaan	197,31	65,77%
4.	Persepsi Bersifat Evaluatif	175,38	58,46%
.5	Persepsi Bersifat Kontekstual	191,16	63,72%

#### Persepsi Berdasarkan Pengalaman

Persepsi berdasarkan pengalaman pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pada indikator pertama mengenai

terbantuannya responden dengan informasi yang diberikan akun instagram lambe turah, responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator kedua mengenai terhibur dengan adanya informasi yang ada pada akun instagram lambe turah, responden memberikan penilaian setuju. Terakhir, pada indikator ketiga mengenai informasi yang diberikan akun instagram lambe turah mudah dipahami, responden memberikan penilaian setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori menurut Suryawati (2014:49) bahwa sebuah informasi memiliki sifat menghibur, menyegarkan dan menyenangkan khalayak dengan menyajikan sebuah informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan. Maka dari itu informasi yang disajikan akun instagram lambe turah membantu khalayak untuk mendapatkan sebuah informasi seputar kehidupan selebri dengan penyajian yang ringan dan rileks sehingga mudah untuk di pahami. Dapat dilihat dari hasil persentase jumlah rata-rata persepsi berdasarkan pengalaman memiliki persentase sebesar 66,79%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari persepsi berdasarkan pengalaman menunjukkan bahwa informasi yang disajikan membantu khalayak mendapatkan sebuah informasi.

#### Persepsi Bersifat Selektif

Persepsi bersifat selektif pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pada indikator

pertama mengenai tertarikah responden dengan informasi yang disajikan pada akun instagram lambe turah, responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator kedua mengenai desain gambar akun instagram lambe turah membuat tertarik membaca informasi yang disajikan, responden memberikan penilaian setuju. Terakhir, pada indikator ketiga mengenai gaya bahasa yang diberikan akun instagram lambe turah membuat tertarik membacanya, responden memberikan penilaian setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori menurut Mulyana (2000: 176-196) yaitu persepsi bersifat selektif bahwa setiap manusia sering mendapat rangsangan indrawi sekaligus untuk itu perlu selektif dalam menerima sebuah informasi. Bahwa dimana khalayak akan lebih selektif dalam membaca sebuah informasi yang ada di media sosial dengan memperhatikan informasi yang di sajikan dan bahasa yang digunakan. Maka dari itu mereka akan lebih mempercayai informasi yang diberikan . Dapat dilihat dari hasil persentase jumlah rata-rata persepsi bersifat selektif memiliki persentase sebesar 64,04%.

#### Persepsi Bersifat Dugaan

Persepsi bersifat dugaan pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pada indikator pertama saat membaca informasi yang ada di akun instagram lambe turah dapat memperkirakan informasi yang akan diberikan setuju. Pada indikator kedua

mengenai informasi akun instagram lambe turah selalu menginformasikan kehidupan negatif para selebritis, responden memberikan penilaian setuju. Terakhir, pada indikator ketiga mengenai informasi yang ada di akun instagram lambe turah selalu memberitakan kehidupan para selebritis, responden memberikan penilaian setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori menurut Suryawati (2014:49) yaitu, penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sekitar kehidupan manusia yang patut diketahui oleh khalayak yang sedang menjadi topik pembicaraan. Bahwa informasi yang diberikan akun instagram lambe turah selalu memberikan informasi dan peristiwa yang terjadi di sekitar kehidupan para selebritis sehingga khalayak dapat mengetahui kejadian yang di kehidupan selebritis. Dapat dilihat dari hasil persentase jumlah rata-rata persepsi bersifat selektif memiliki persentase sebesar 64,17%.

#### Persepsi Bersifat Evaluatif

Persepsi bersifat evaluatif yaitu mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan seseorang terhadap mempersepsikan sesuatu.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pengolahan data pada indikator pertama mengenai akun instagram lambe turah selalu menyajikan informasi yang aktual. Pada indikator kedua mengenai membaca informasi yang ada di akun instagram lambe turah dapat menghilangkan kebosanan. Pada indikator terakhir informasi akun

instagram lambe turah menarik untuk dibaca.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori menurut Suryawati (2014:49) yaitu, penyampaian informasi berupa fakta dan informasi yang diberikan bersifat praktis dimana media online dapat diakses dimana dan kapan saja, pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, bahkan di dalam mobil sekalipun. Dimana dengan menggunakan media sosial khalayak tidak harus susah untuk mendapatkan sebuah informasi karena internet mampu menjadi sebuah sarana komunikasi yang paling mudah dan praktis. Jika di akumulasikan skor pada variabel persepsi bersifat evaluatif, maka akan diperoleh skor sebesar 58,53%.

#### Persepsi Bersifat Kontekstual

Persepsi bersifat kontekstual pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pada indikator pertama mengenai informasi yang disampaikan akun instagram lambe turah terpercaya, tanggapan responden yaitu setuju. Pada indikator kedua mengenai informasi yang disampaikan akun instagram lambe turah tidak dapat terpercaya. Dan pada indikator terakhir informasi yang ada di akun instagram lambe turah pernah sama dengan media informasi online yang lain, tanggapan responden yaitu setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan teori menurut Suryawati bahwa, penyampaian sebuah informasi itu berupa fakta dan

peristiwa yang terjadi disekitar kehidupan manusia. dimana informasi yang disampaikan akun instagarm lambe turah berupa fakta dan terpercaya karena memberikan informasi seputar kehidupan selebritis. Jika diakumulasikan skor dari persepsi bersifat kontekstual 64,04%.

## **F. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya maka kesimpulan dari persepsi mahasiswa pada informasi akun instagram lambe turah dengan variabel sifat persepsi yang memiliki 5 indikator yaitu yang terdiri dari persepsi berdasarkan pengalaman dengan jumlah rata-rata 66,28%, persepsi bersifat selektif 63,59%, persepsi bersifat dugaan 65,77%, persepsi bersifat evaluatif 58,46%, persepsi bersifat kontekstual 63,72%. persepsi berdasarkan pengalaman memiliki nilai tertinggi dari hasil tersebut bahwa persepi mahasiswa pada informasi akun instagram lambe turah terbantu dengan informasi yang diberikan dan merasa sangat terhibur dengan informasi yang diberikan dengan informasi yang mudah dipahami oleh pembaca.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abugaza, Anwar. 2013. *Social Media Politica: Gerak Massa tanpa Lembaga*. Jakarta: Tali Writing & Publishing House.
- Agung, Kurniawan 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: PT. TransMedia.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Press Universitas Airlangga
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Prakti Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Laksana, Muhibudin Wijaya.2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Lister, M.2009, *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*, New York: Routledge.
- Magdalena, Merry. 2010. *Public Relation ala Wimar*. Jakarta: Grasindo.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komukasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M.A. 2013. *Teori Komukasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Prenada Media.
- Salbino, Sherief. 2014. *Buku Pintar Gadget Android untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Saydam, Gouzali. 2005. *Teknologi komunikasi*. Bandung: Alfabeta.

- Severin, Warner dan James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik: suatu pengantar Teori & praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. Grasindo
- Yunus, Syarifudin. 2012. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yusup, pawit M. 2010. *Komunikasi Instruksional: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.