

**PERSEPSI DAN PENGALAMAN MASYARAKAT
PURWOKERTO DALAM MENGIKUTI AKUN
@infopurwokerto DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Saintek Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Rehulina Waffa Nur'adni
NIM. 224110102039

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rehulina Waffa Nur'adni
NIM : 224110102039
Jenjang : Strata I
Fakultas : Dakwah dan Saintek
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 31 Desember 2025
Saya yang menyatakan,


Rehulina Waffa Nur'adni
NIM. 224110102039

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.dakwah.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**PERSEPSI DAN PENGALAMAN MASYARAKAT PURWOKERTO
DALAM MENGIKUTI AKUN @infopurwokerto DI INSTAGRAM**

Disusun oleh:

Nama : Rehulina Waffa Nur'adni
NIM : 224110102039
Jenjang : Sarjana Strata Satu
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diujikan pada tanggal 13 Januari 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 19 Januari 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

M. Rifqi Atsani, M.Kom.
NIP. 19911222 202203 1 002

Sekretaris Sidang / Penguji,

Umi Haniati, M.A.
NIP. 19920120 202203 2 001

Penguji Utama,

Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si.
NIP. 19791115 200801 1 018

Mengetahui,
Dekan

Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.
NIP. 19741226 200003 1 001

REKOMENDASI MUNAQOSYAH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

REKOMENDASI MUNAQOSYAH

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini, dosen pembimbing skripsi atas nama mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Rehulina Waffa Nur'adni
NIM : 224110102039
Jurusan / Prodi : MKI/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan : 2022
Judul : PERSEPSI DAN PENGALAMAN MASYARAKAT PURWOKERTO DALAM MENGIKUTI AKUN @INFOPURWOKERTO DI INSTAGRAM

Menerangkan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah siap untuk dimunaqosyahkan setelah memenuhi syarat - syarat akademik yang telah ditetapkan

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Mengetahui,
Ketua Jurusan
MKI



Uus Uswatusholihah, M.A
NIP. 197703042003122001

Purwokerto, 08 Januari 2026

Pembimbing

M. Rifqi Atsani, M.Kom
NIP. 199112222022031002

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : Rehulina Waffa Nur'adni
NIM : 224110102039
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : PERSEPSI DAN PENGALAMAN MASYARAKAT PURWOKERTO DALAM
MENGIKUTI AKUN @INFOPURWOKERTO DI INSTAGRAM

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 08 Januari 2026
Pembimbing

M. Rifqi Atsani, M.Kom
NIP. 199112222022031002

PERSEPSI DAN PENGALAMAN MASYARAKAT PURWOKERTO DALAM MENGIKUTI AKUN @infopurwokerto DI INSTAGRAM

ABSTRAK

Di tengah maraknya media sosial sebagai sumber informasi utama masyarakat Purwokerto, akun Instagram @infopurwokerto menarik perhatian sebagai platform lokal yang populer dan efektif menyebarkan berita terkini, peristiwa budaya, serta interaksi komunitas. Penelitian ini menerapkan Teori *Uses and Gratifications* (UGT) yang memosisikan pengguna media sebagai aktor aktif yang memilih konten guna memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integratif pribadi, sosial, dan pelepasan.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini dilaksanakan di Purwokerto melalui wawancara mendalam terhadap informan beragam latar belakang, observasi partisipatif pada aktivitas Instagram, serta dokumentasi konten akun. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian tematik, dan triangulasi verifikasi untuk memastikan validitas temuan.

Hasil penelitian menunjukkan persepsi positif informan terhadap @infopurwokerto sebagai sumber informasi yang kredibel dan responsif, dengan keselarasan kepuasan yang dicari dan diperoleh pada lima dimensi UGT: memuat informasi praktis, kepuasan emosional, penguatan identitas diri, interaksi sosial, serta relaksasi harian. Akun ini terbukti memperkuat komunikasi dua arah dan ikatan komunitas Banyumasan di ranah digital.

Kata-kata Kunci: Persepsi Masyarakat, @infopurwokerto, Kegunaan dan Gratifikasi (UGT), Media Sosial Instagram, Fenomenologi Kualitatif.

**PERCEPTIONS AND EXPERIENCES OF PURWOKERTO COMMUNITY IN
FOLLOWING @infopurwokerto INSTAGRAM ACCOUNT**

ABSTRACT

Amid the rise of social media as a primary source of information for Purwokerto residents, the Instagram account @infopurwokerto has attracted attention as a popular and effective local platform for disseminating the latest news, cultural events, and community interaction. This study applies Uses and Gratifications Theory (UGT), which positions media users as active actors who select content to fulfill cognitive, affective, personal integrative, social, and release needs.

This qualitative research, using a phenomenological approach, was conducted in Purwokerto through in-depth interviews with informants from diverse backgrounds, participant observation of Instagram activity, and documentation of account content. Data analysis followed the Miles and Huberman model, including data reduction, thematic presentation, and verification triangulation to ensure the validity of the findings.

The results indicate a positive perception among informants of @infopurwokerto as a credible and responsive source of information, with a balance between the satisfactions Sought and Obtained across five UGT dimensions: practical information, emotional gratification, identity reinforcement, social interaction, and daily relaxation. This account has been proven to strengthen two-way communication and community ties within Banyumasan in the digital realm.

Keywords: Public Perception, @infopurwokerto, Uses and Gratifications (UGT), Instagram Social Media, Qualitative Phenomenology

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan"

(QS. Al-Ma'idah : 2)



PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kekuatan, serta ketabahan yang senantiasa menyertai setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya karya sederhana ini bukanlah sekadar hasil kerja keras pribadi, melainkan wujud nyata dari pertolongan dan keajaiban kecil yang Allah hadirkan tepat pada waktunya. Setiap kemudahan yang penulis terima adalah bukti bahwa Dia tidak pernah meninggalkan hamba-Nya, sehingga anugerah ini menjadi penyemangat utama bagi penulis untuk menuntaskan perjalanan akademik ini.

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa bangga kepada almamater tercinta, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sebagai wadah dalam pencarian ilmu, lembaga ini telah memberikan ruang yang luar biasa bagi penulis untuk mengembangkan potensi diri, baik secara intelektual maupun spiritual. Melalui bimbingan para dosen yang penuh dedikasi serta suasana akademik yang kondusif, penulis telah memperoleh banyak pengalaman berharga. Harapannya, ilmu yang telah diserap selama masa perkuliahan ini tidak hanya menjadi sekadar teori, tetapi mampu menjadi bekal nyata untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan bangsa.

Menjadi bagian dari civitas akademika UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah sebuah kehormatan yang mendalam bagi penulis. Setiap proses pembelajaran, diskusi ilmiah, dan interaksi yang terjalin telah menanamkan nilai-nilai integritas, tanggung jawab, serta semangat pengabdian yang tinggi. Sebagai penutup, penulis berharap agar almamater tercinta ini senantiasa menjadi pusat lahirnya generasi unggul yang berakhlak mulia dan berperan aktif dalam memajukan ilmu pengetahuan. Semoga karya ini dapat menjadi langkah awal bagi penulis untuk menjaga nama baik kampus dalam pengabdian di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Sang Arsitek kehidupan, yang telah memberikan nafas ketabahan dan cahaya petunjuk, sehingga skripsi yang berjudul **“Persepsi dan Pengalaman Masyarakat Purwokerto dalam Mengikuti Akun @infopurwokerto di Instagram”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini bukan sekadar tumpukan kertas berisi teori dan data, melainkan sebuah prasasti dari perjalanan panjang yang penuh dengan tawa, air mata, serta pembelajaran tentang arti sebuah kegigihan. Di balik setiap baris kalimat yang tertulis, ada doa-doa yang melangit dan dukungan yang tak terputus. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyo, M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M.Hum selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatussolihah, M.A selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom selaku Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik
9. M. Rifqi Atsani, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, saran, serta motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini berlangsung. Terima kasih atas bantuan tulus pada hal-hal kecil yang terkadang luput dari perhatian namun

sangat krusial bagi penulis. Kesabaran dan perhatian Bapak telah menjadi penyemangat luar biasa dalam menyelesaikan karya ini.

10. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Dakwah dan Saintek yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Papah Nur Cholis dan Ibu Sofariah, cinta pertama dan selamanya bagi penulis. Terimakasih atas pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhitung, serta doa-doa yang dipanjatkan di setiap sujud yang menjadi jembatan bagi kemudahan penulis dalam menyelesaikan studi ini. Terima kasih telah menjadi penyemangat terbaik yang tak pernah lelah memberikan dorongan moril, materiil, maupun nasihat bijak di saat penulis hampir menyerah.
12. Kedua adik laki-laki tersayang, Refan Nur Rifa'i dan Ihsan Nur Hakim, terima kasih telah menjadi penghibur di kala lelah dan memberi semangat dengan cara kalian sendiri. Kakak berharap pencapaian ini dapat menjadi motivasi bagi kalian untuk belajar lebih giat dan mengejar cita-cita setinggi mungkin. Jadilah lelaki yang bertanggung jawab, membanggakan keluarga, dan selalu menjaga kehormatan orang tua kita.
13. Keluarga besar penulis, baik dari pihak Papah maupun Ibu, yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan moral dan doa yang tiada henti selama ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan selalu memberikan semangat di setiap langkah.
14. Sahabat Penulis, Apriliani Hasna Nur Annisa dan Dinda Shafa Azzara. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, pemberi semangat di masa-masa sulit, saling menguatkan, dan menjadi pendengar yang baik dalam setiap suka maupun duka. Semoga kesuksesan selalu menyertai langkah kita semua.
15. Teruntuk orang-orang penting dalam hidup penulis, Assyifa Hanum Salsabila, Nurul Farikha, dan Rahayu Sulistiana. Terima kasih banyak telah membersamai proses panjang ini. Terima kasih atas dukungan semangat, bantuan, serta kesediaan kalian untuk selalu menjadi pendengar yang baik bagi setiap keluh kesah dan keraguan penulis.

16. Keluarga besar KPI A 2022, Pondok Pesantren Mahasiswa Zam-zam Purwokerto, rekan-rekan IMM UIN SAIZU Purwokerto, rekan-rekan PPL Serayu News Purwokerto, serta rekan-rekan KKN 119 Angkatan 56. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini, menjadi tempat berproses, dan menjadi teman seperjuangan yang luar biasa. Terima kasih atas segala kebersamaan, kenangan manis, dan keceriaan yang telah kalian warnai dalam hidup penulis, baik di dalam kampus tercinta maupun di luar itu.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, dukungan, serta kemudahan bagi penulis baik yang disadari maupun tidak. Dari awal hingga titik akhir perjuangan ini, penulis ucapkan terima kasih yang mendalam dan merasa sangat bersyukur atas kehadiran kalian yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
18. Terakhir, terima kasih untuk diriku sendiri, Rehulina Waffa Nur'adni. Terima kasih telah menjadi sosok anak perempuan pertama yang luar biasa kuat, yang selalu berusaha tetap berdiri tegak dan menebar kebahagiaan meski pundakmu sering kali terasa berat. Terima kasih karena berusaha tidak menyerah pada keadaan, tetap melangkah meski perlahan, dan berhasil membuktikan bahwa kamu mampu menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. Aku bangga pada setiap peluh dan air mata yang kini berbuah menjadi syukur.

Akhir kata, semoga skripsi ini tidak hanya menjadi syarat kelulusan, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi inspirasi bagi mereka yang sedang berjuang.

Purwokerto, 31 Desember 2025

Penulis,

Rehulina Waffa Nur'adni
NIM. 224110102039

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| REKOMENDASI MUNAQOSYAH | iv |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| MOTTO..... | viii |
| PERSEMBAHAN..... | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| DAFTAR SINGKATAN..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Penegasan Istilah..... | 6 |
| C. Rumusan Masalah..... | 14 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| F. Kajian Pustaka..... | 18 |
| G. Sistematika Pembahasan..... | 26 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 28 |
| A. Teori <i>Uses and Gratifications</i> (UGT)..... | 28 |
| 1. Pengertian Teori <i>Uses and Gratifications</i> (UGT)..... | 28 |
| 2. Tipologi dan Dimensi Kepuasan (<i>Gratifications</i>)..... | 30 |
| 3. Asumsi Dasar Teori <i>Uses and Gratifications</i> | 31 |
| 4. Proses Pemilihan dan Kepuasan Pengguna..... | 33 |

| | |
|---|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 36 |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 36 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 38 |
| C. Data dan Sumber Data | 38 |
| D. Subjek dan Objek Penelitian | 40 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| F. Teknik Analisis Data | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 48 |
| A. Hasil Penelitian | 48 |
| 1. Gambaran Umum Akun Instagram @infopurwokerto..... | 48 |
| 2. Profil dan Karakteristik Informan Aktif @infopurwokerto | 52 |
| 3. Pemetaan Motif Penggunaan Media (<i>Gratifications Sought</i>) pada Masyarakat Purwokerto | 53 |
| 4. Gambaran Kepuasan yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>) melalui Fitur-Fitur Instagram..... | 56 |
| B. Pembahasan Penelitian..... | 65 |
| 1. Analisis Karakteristik Informan dan Motif Penggunaan Media | 65 |
| 2. Integrasi Teori <i>Uses and Gratifications</i> dalam Konsumsi Konten @infopurwokerto | 66 |
| BAB V PENUTUP..... | 68 |
| A. Kesimpulan | 68 |
| B. Saran..... | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 75 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 103 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1: Kerangka Konsep Gratifications Sought dan Obtained | 34 |
| Tabel 3. 1: Kriteria Kualifikasi Informan Kunci | 41 |
| Tabel 4. 1: Karakteristik Informan | 52 |
| Tabel 4. 2: Ringkasan Hasil Wawancara Informan Berdasarkan Perspektif Pengguna | 54 |
| Tabel 4. 3: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Kognitif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi | 57 |
| Tabel 4. 4: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Afektif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi | 60 |
| Tabel 4. 5: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Integratif Pribadi berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi | 61 |
| Tabel 4. 6: Ringkasan Hasil Wawancara kebutuhan sosial-integratif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi | 63 |
| Tabel 4. 7: Ringkasan Hasil Wawancara kebutuhan pelepasan berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi | 64 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1: Data Pengguna Smartphone 2025 | 1 |
| Gambar 1. 2: Akun Instagram @infopurwokerto 13 Oktober 2025 | 4 |
| Gambar 1. 3: Akun Instagram @instapurwokerto 13 Oktober 2025 | 5 |
| Gambar 1. 4: Akun Instagram @lovepurwokerto 13 Oktober 2025 | 5 |
| Gambar 2. 1: Model pendekatan kegunaan dan kepuasan | 29 |
| Gambar 4. 1: Profil Akun @infopurwokerto | 51 |
| Gambar 4. 2: Postingan dan fitur Instagram @infopurwokerto | 51 |
| Gambar 4. 3: Postingan dan fitur instagram @infopurwokerto | 51 |
| Gambar 4. 4: Logo Akun @infopurwokerto | 52 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1: Instrumen Wawancara | 74 |
| Lampiran 2: Transkrip Wawancara Informan..... | 75 |
| Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara Resoponden | 101 |



DAFTAR SINGKATAN

| | |
|-------|--|
| UGT | : <i>Uses and Gratifications</i> (Teori Penggunaan dan Kepuasan) |
| GS | : <i>Gratifications Sought</i> (Kepuasan yang Dicari) |
| GO | : <i>Gratifications Obtained</i> (Kepuasan yang Diperoleh) |
| KBBI | : Kamus Besar Bahasa Indonesia |
| UMKM | : Usaha Mikro Kecil dan Menengah |
| Gen Z | : Generasi Z |
| CEO | : <i>Chief Executive Officer</i> |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah mengalami perubahan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia pada tahun 2025 telah mencapai tingkat penetrasi internet lebih dari 89%, dengan sekitar 229 juta pengguna aktif dari jumlah penduduk sekitar 284 juta jiwa.¹ Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia kini telah terhubung ke dunia digital dan memanfaatkan internet dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Penyebaran internet yang semakin merata, didukung oleh kemajuan infrastruktur serta program pemerintah, memungkinkan akses yang lebih luas di berbagai wilayah, termasuk daerah perkotaan dan pedesaan.

Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025



Gambar 1. 1: Data Pengguna Smartphone 2025

Pada tahun 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 103 juta orang, yang setara dengan sekitar 36,3% dari total populasi negara. Pengguna aktif ini didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun, dengan proporsi perempuan yang sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki. Indonesia menempati posisi keempat di dunia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak. Pertumbuhan pengguna Instagram di Indonesia terus berlangsung signifikan selama beberapa tahun terakhir, menjadikan platform

¹<https://www.antaraneews.com/berita/5019229/apjii-catat-tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-8066-persen>

ini sangat penting sebagai media sosial untuk komunikasi, bisnis, dan interaksi sosial di negara ini.²

Keterkaitan antara perkembangan pesat akses internet dengan meningkatnya pengguna Instagram sangat jelas. Dengan jaringan internet yang semakin cepat dan stabil, masyarakat dapat mengakses Instagram kapan saja dan di mana saja, sehingga platform ini menjadi bagian integral dari gaya hidup digital. Instagram pun berperan sebagai media yang efektif dalam menjangkau berbagai segmen masyarakat melalui konten yang mudah dicerna dan interaktif. Tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, Instagram juga menjadi alat penting dalam distribusi informasi, edukasi, dan promosi produk maupun layanan di era digital saat ini.

Melihat peran penting teknologi internet dan Instagram dalam kehidupan sosial dan komunikasi masyarakat, penelitian mengenai bagaimana masyarakat menggunakan media sosial seperti Instagram menjadi sangat relevan. Hal ini penting agar dapat memahami dampak serta manfaat yang diperoleh pengguna dalam berinteraksi dan mendapatkan informasi melalui platform tersebut, terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi digital yang semakin meluas.

Setelah mencari berbagai sumber data di internet, diketahui bahwa belum terdapat publikasi spesifik mengenai jumlah pengguna Instagram di Kabupaten Banyumas pada tahun 2025, tren nasional dan konteks lokal menunjukkan peningkatan pengguna yang signifikan. Dengan sekitar 229 juta pengguna internet di Indonesia, media sosial seperti Instagram semakin meluas, terutama di kalangan Gen Z yang aktif berinteraksi secara digital. Di Banyumas, Instagram dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk pemasaran. Selain itu, platform ini digunakan untuk promosi pariwisata, budaya, serta kuliner daerah, dan bahkan dimanfaatkan untuk kepentingan sosial serta ilmiah. Secara umum, penggunaan Instagram di Banyumas pada 2025 tergolong aktif dan terus berkembang mengikuti tren digital nasional.

²https://dataloka.id/humaniora/3491/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-januari-2023-januari-2025/#google_vignette

Sebagai salah satu kota di wilayah Jawa Tengah khususnya kabupaten Banyumas, Purwokerto turut merasakan dampak dari perkembangan teknologi dan internet yang pesat. Masyarakat Purwokerto semakin akrab dengan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan sarana komunikasi. Salah satu akun Instagram yang cukup populer dan banyak diikuti oleh warga lokal adalah akun @infopurwokerto. Akun ini berfungsi sebagai platform penyebaran informasi terkini, termasuk berita lokal, kegiatan sosial, budaya, hingga promosi pariwisata di Purwokerto dan sekitarnya.³

Secara historis, akun Instagram @infopurwokerto dibuat oleh Irfan Bachtiar pada tahun 2014 dan mulai dikembangkan secara serius sejak 2016 setelah pemilik menyadari akun tersebut merupakan miliknya yang sempat terlupakan. Irfan kemudian membangun ulang akun ini sebagai wadah informasi yang mudah diakses masyarakat Purwokerto dan sekitarnya, dengan konten yang fokus pada informasi sosial, berita lokal, lowongan pekerjaan, dan berbagai event menarik. Dalam konteks ini, akun @infopurwokerto muncul sebagai salah satu sumber informasi yang populer dan banyak diikuti masyarakat untuk mendapatkan berita dan berbagai update terkini seputar Purwokerto. Namun, selain sebagai media penyebaran informasi, fenomena media sosial juga menghadirkan tantangan dan dinamika yang kompleks, termasuk masalah etika, kepercayaan, dan pengalaman pengguna dalam mengonsumsi konten.

Akun @infopurwokerto menyajikan konten yang komprehensif dan relevan dengan kehidupan masyarakat Purwokerto, meliputi berita lokal terkini, pengumuman event sosial dan budaya, lowongan pekerjaan, promosi wisata dan kuliner khas Banyumasan, serta informasi publik lainnya melalui berbagai format seperti postingan foto/video, Reels viral, dan Stories interaktif dengan total lebih dari 5.600 postingan. Pengelolaan akun dilakukan secara profesional dengan strategi SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) oleh tim yang melibatkan founder, CEO, dan staf konten, sehingga menghasilkan

³ Dhona, H. R. (2020). Representasi Pariwisata Purwokerto di Instagram Studi Analisis Isi pada Akun Instagram@ Instapurwokerto.

caption menarik, jadwal posting tepat waktu, dan evaluasi rutin berdasarkan engagement pengikut.

Keberadaan akun Instagram @infopurwokerto menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi sumber informasi yang lebih cepat dan mudah diakses dibandingkan media konvensional. Masyarakat tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat berinteraksi, memberikan respon, dan berbagi pengalaman melalui platform tersebut. Hal ini menciptakan ruang komunikasi dua arah yang bermanfaat untuk mempererat hubungan sosial serta meningkatkan keterlibatan warga dalam berbagai kegiatan di daerahnya. Didasarkan pada kenyataan bahwa di era digital sekarang, masyarakat terutama generasi muda, sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi dan hiburan.

Pengalaman pengguna dalam mengikuti akun tertentu seperti @infopurwokerto tidak hanya mencerminkan bagaimana mereka menerima informasi, tetapi juga bagaimana mereka menilai kredibilitas, relevansi, dan dampak konten tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, fenomena media sosial di Purwokerto juga diwarnai dengan kasus-kasus yang menimbulkan keresahan, sehingga pengalaman masyarakat dalam memilah dan merespons informasi menjadi hal penting untuk dipahami agar penggunaan media sosial lebih bijak dan bermanfaat.



Gambar 1. 2: Akun Instagram @infopurwokerto 13 Oktober 2025

Dalam era digital saat ini, kehadiran akun Instagram yang fokus pada informasi lokal menjadi salah satu sumber utama untuk mendapatkan berita dan update terkini. Di antara berbagai akun Instagram yang membahas tentang

kota Purwokerto, @infopurwokerto tampil sebagai yang paling menonjol karena memiliki pengikut terbanyak dan pengaruh yang luas dibandingkan akun lainnya.



Gambar 1. 3: Akun Instagram @instapurwokerto 13 Oktober 2025



Gambar 1. 4: Akun Instagram @lovepurwokerto 13 Oktober 2025

Data yang diambil pada 13 Oktober 2025 dengan melihat langsung halaman akun Instagram lain, memperkuat posisi @infopurwokerto sebagai akun unggulan yang mampu menjangkau audiens lebih besar dan menyajikan konten yang relevan serta menarik. Dengan jumlah pengikut mencapai 451 ribu, @infopurwokerto jauh melampaui akun-akun lain seperti @Lovepurwokerto memiliki 308 ribu pengikut dan @Instapurwokerto memiliki 306 ribu pengikut.⁴ Perbedaan margin yang signifikan ini menandakan bahwa kualitas konten dan strategi *engagement* yang diterapkan oleh @infopurwokerto lebih efektif dalam memenangkan atensi audiens lokal.

Secara kontekstual, @infopurwokerto memiliki karakteristik keunggulan empat yaitu, penyajian konten informatif-edukatif berbasis lokalitas, manajemen *cyber public Relations* yang profesional, interaksi digital yang responsif untuk membangun kedekatan emosional, serta pemberdayaan komunitas melalui peluang kerja inklusif. Karakteristik inilah yang menjadikan @infopurwokerto sebagai rujukan informasi terpercaya bagi warga Purwokerto.

⁴@infopurwokerto. (2025). Profil Instagram. Diakses pada Oktober 2025 dari <https://www.instagram.com/infopurwokerto/>

Berdasarkan latar belakang tersebut, fenomena ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam guna memahami persepsi dan pengalaman masyarakat dalam memanfaatkan akun Instagram lokal sebagai instrumen informasi dan interaksi sosial. Studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan media sosial lokal agar lebih optimal dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, pemilihan akun @infopurwokerto sebagai objek penelitian merupakan langkah strategis dan logis mengingat dominasi popularitas dan luasnya jangkauan informasi yang dimilikinya.

B. Penegasan Istilah

1. Persepsi

Persepsi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu, yakni proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.⁵ Kata persepsi berasal dari bahasa Latin "*perceptio*" atau "*percipio*" yang berarti daya cerap, yaitu tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris untuk memberikan gambaran serta pemahaman tentang lingkungan sekitar.⁶

Menurut para ahli, William James menyatakan bahwa persepsi adalah proses mental yang membentuk representasi dunia berdasarkan data dari indera dan pengalaman sebelumnya, sementara Philip Kotler memandang persepsi sebagai proses di mana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan gambaran yang bermakna. Menurut Joseph DeVito dalam bukunya "Komunikasi Antar Manusia," persepsi adalah proses penyadaran akan berbagai stimulus yang mempengaruhi indera manusia dan menentukan

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2024). Persepsi. Dalam KBBI berani. Diakses pada Oktober 2025, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/persepsi>

⁶ Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

makna apa yang diberikan pada informasi tersebut saat mencapai kesadaran.⁷

Proses persepsi ini melibatkan masuknya pesan ke dalam otak manusia, sehingga manusia secara terus-menerus menjalin hubungan dan komunikasi dengan lingkungannya melalui informasi indera seperti penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan perasa. Dengan kata lain, persepsi merupakan pengalaman kompleks yang memungkinkan seseorang memahami dan memberi makna pada objek atau peristiwa yang dialami secara langsung melalui penginderaan. Dengan demikian, persepsi tidak hanya sekedar penerimaan pasif terhadap stimulus tetapi juga proses aktif yang melibatkan kesadaran, interpretasi, dan penilaian yang dipengaruhi oleh kondisi sosial-budaya masyarakat serta konteks penggunaan media sosial di Purwokerto.

Untuk mengukur bagaimana proses persepsi tersebut berlangsung secara empiris, diperlukan indikator-indikator yang mencakup dimensi penyerapan hingga reaksi individu. Berikut adalah penjabaran indikator persepsi yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Penerimaan Stimulus (*Selection/Absorption*)

Indikator ini mengacu pada tahap paling awal dari proses persepsi, yaitu ketika panca indra manusia menangkap stimulus dari lingkungan luar. Dalam konteks penelitian ini, penyerapan bukan sekedar melihat atau mendengar, melainkan proses seleksi di mana individu memfokuskan kesadarannya pada informasi tertentu yang dianggap relevan atau menarik. Hal ini mencakup bagaimana responden memberikan perhatian (*attention*) terhadap detail-detail objek dan sejauh mana objek tersebut mampu menonjol di tengah

⁷ Devito, J. A. (2018). Komunikasi antarmanusia.

kebisingan informasi lainnya. Tanpa adanya penyerapan yang efektif, proses interpretasi tidak akan dapat berlangsung secara utuh.⁸

b. Pengorganisasian Kognitif (*Cognitive Organization*)

Setelah stimulus diserap, indikator berikutnya adalah bagaimana individu mengelola informasi tersebut di dalam struktur berpikirnya. Pada tahap ini, informasi yang tadinya bersifat acak mulai disusun, dikenali, dan dikategorisasikan agar memiliki struktur yang logis. Hal ini melibatkan proses mental yang menghubungkan stimulus baru dengan skema atau memori yang sudah ada dalam benak responden. Kemampuan untuk mengelompokkan pengalaman ini sangat krusial agar individu tidak mengalami kebingungan informasi (*information overload*) dan dapat memetakan maksud dari objek atau pesan yang diterima.⁹

c. Interpretasi dan Penilaian (*Interpretation & Evaluation*)

Indikator ini merupakan inti dari persepsi, di mana individu memberikan makna subjektif terhadap informasi yang telah diorganisasikan. Interpretasi melibatkan proses evaluasi yang membandingkan antara stimulus yang diterima dengan standar nilai, harapan, serta pengalaman masa lalu. Pada tahap inilah muncul kesimpulan berupa opini atau penilaian, seperti apakah objek tersebut dirasa bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan, atau memiliki kualitas yang baik. Penilaian ini bersifat sangat personal karena dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengetahuan individu yang bersangkutan.¹⁰

d. Harapan dan Respons (*Expectation & Reaction*)

⁸ Dimas, Kurniawan. "Persepsi Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Lampung Selatan Di Desa Kedaton Kecamatan Kalianda." Phd Dis., Uin Raden Intan Lampung, 2022.

⁹ Sugarni, Mika, S. Tr Keb, and M. Keb. "Persepsi: Attention." *Psikologi Kognitif*: 26.

¹⁰ Nisa, Ananda Hulwatun, Hidayatul Hasna, dan Linda Yarni. "Persepsi." *Koloni 2*, tidak. 4 (2023): 213-226.

Indikator terakhir adalah kecenderungan individu untuk bertindak atau bereaksi sebagai konsekuensi dari pemaknaan yang telah terbentuk. Persepsi yang matang akan melahirkan ekspektasi tertentu terhadap objek di masa depan. Jika interpretasi yang dihasilkan positif, maka akan muncul respon berupa keyakinan, kepercayaan, serta keinginan untuk melakukan tindakan yang mendukung (misalnya penggunaan berkelanjutan atau rekomendasi). Sebaliknya, persepsi negatif akan memicu respon penolakan atau ketidakpercayaan. Indikator ini menunjukkan bahwa persepsi adalah proses dinamis yang menentukan bagaimana seseorang memosisikan dirinya terhadap lingkungan sekitar.¹¹

2. Pengalaman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengalaman didefinisikan sebagai peristiwa atau kejadian yang pernah dialami atau dijalani oleh seseorang.¹² Pengalaman merupakan akumulasi kejadian nyata yang dirasakan, dilakukan, atau ditanggung dalam rentang waktu tertentu. Selain itu, pengalaman juga mencakup pengetahuan atau keahlian yang diperoleh seseorang setelah menjalani berbagai peristiwa tersebut. Dengan kata lain, pengalaman bukan sekedar aktivitas yang dilalui, tetapi juga hasil pembelajaran dan kesadaran yang muncul dari keterlibatan seseorang dalam berbagai situasi hidup.

Secara etimologis, kata pengalaman berasal dari akar kata “alam” yang berarti lingkungan atau dunia sekitar, dan imbuhan “peng-” serta “-an” yang menunjukkan proses atau hasil dari berinteraksi dengan lingkungan tersebut.¹³ Menurut Prof. Dr. R. Slamet Iman Santoso,

¹¹ Munauwaroh, Munauwaroh. "Hubungan Harapan Orang Tua Dengan Ketakutan Akan Kegagalan Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang." PhD dis., Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2012.

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2024). Definisi pengalaman. Diakses pada Oktober 2025, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengalaman>

¹³ Suwignyo, HLS (2025). Kategorisasi dan Metafora Konseptual Pengalaman dalam Bahasa Indonesia. *Linguistik Indonesia*, 43(1)

pengalaman adalah hasil dari interaksi dan proses belajar individu dengan lingkungan yang membentuk perilaku dan sikap seseorang. Sementara itu, menurut Notoadmojo, pengalaman merupakan keseluruhan pengamatan, perasaan, dan pembelajaran yang tersimpan dalam memori dan menjadi pedoman bagi individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kedua tokoh tersebut memberikan dasar penting dalam memahami pengalaman sebagai proses belajar aktif yang memengaruhi perkembangan individu secara psikologis.

Dalam konteks penelitian ini, istilah “pengalaman” berkaitan dengan bagaimana masyarakat Purwokerto menjalani dan merasakan interaksi mereka melalui akun Instagram @infopurwokerto. Pengalaman ini mencakup bagaimana mereka menggunakan informasi, menanggapi konten, serta bagaimana interaksi sosial melalui media sosial ini mempengaruhi aspek kehidupan sehari-hari mereka, baik dari sisi sosial, budaya, maupun psikologis. Oleh karena itu, pengalaman bukan sekedar kejadian yang dialami, tetapi juga pemaknaan dan refleksi yang terjadi dalam diri individu sebagai respon terhadap fenomena yang mereka hadapi melalui akun tersebut.

Pengalaman diposisikan sebagai fondasi yang membentuk ketajaman persepsi individu. Pengalaman adalah akumulasi interaksi yang tersimpan dalam memori dan memengaruhi cara seseorang memandang realitas baru. Indikator pengalaman dijabarkan sebagai berikut:

a. Intensitas dan Kualitas Interaksi

Indikator ini tidak hanya mengukur seberapa sering (frekuensi), tetapi juga bagaimana kualitas pertemuan individu dengan objek atau peristiwa masa lalu. Pengalaman yang kuat terbentuk dari interaksi yang terus-menerus dan mendalam, sehingga membangun tingkat keakraban yang tinggi. Peneliti perlu menggali sejauh mana durasi dan

kekerapan interaksi tersebut memengaruhi cara informan memandang realitas saat ini.¹⁴

b. Kedalaman Pemahaman Berbasis Pengalaman

Seseorang yang berpengalaman memiliki pengetahuan yang lebih kaya daripada sekadar informasi permukaan. Indikator ini melihat tingkat penguasaan informan terhadap karakteristik objek berdasarkan persentuhan masa lalu. Hal ini berkaitan dengan "peta kognitif" informan; bagaimana pengalaman sebelumnya membuat mereka lebih mudah mengenali detail dan mekanisme yang mungkin terlewatkan oleh orang yang belum berpengalaman.¹⁵

c. Residu Emosional dan Kesan Membekas

Pengalaman selalu meninggalkan jejak perasaan yang kuat. Indikator ini menilai kesan emosional (puas, kecewa, atau traumatis) yang membekas pada informan. Dalam kualitatif, kesan emosional ini sangat penting karena sering kali menjadi alasan utama di balik munculnya persepsi tertentu. Pengalaman yang melibatkan emosi mendalam biasanya menjadi referensi utama informan dalam melakukan interpretasi di masa depan.¹⁶

d. Kategorisasi Konseptual dan Perubahan Sikap

Sejalan dengan teori kategorisasi pengalaman, indikator ini melihat bagaimana informan menghubungkan pengalaman baru dengan "arsip" ingatan mereka untuk memahami situasi saat ini. Selain itu, indikator ini mengukur dimensi transformatif; yaitu bagaimana pengalaman tersebut mampu merubah cara pandang, keyakinan, atau bahkan gaya hidup informan. Pengalaman yang bermakna secara

¹⁴ Sa'adah, Fitria Heni. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Internet Terhadap Interaksi Sosial Pada Siswa MAN 3 Sleman." *Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* (2018).

¹⁵ Rachman, Helmy Aulia, Muhammad Dimar Alam, dan Intan Lifinda Ayuning Putri. *Prinsip Penelitian Kualitatif* PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers, 2025.

¹⁶ Hutabarat, Kristina. "Kecerdasan Emosional pada Remaja yang Mengalami Child Adverse Experience." (2024).

kualitatif adalah pengalaman yang memberikan dampak nyata pada perubahan sikap individu.¹⁷

3. Masyarakat Purwokerto

Masyarakat Purwokerto merupakan komunitas sosial yang tinggal dan beraktivitas di Kota Purwokerto, yang terletak di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Secara geografis, Purwokerto dikenal sebagai kota yang nyaman dan ramah untuk ditinggali, dengan ciri khas keberagaman budaya yang kuat dan kentalnya tradisi yang masih terjaga. Masyarakat di sini sangat memegang nilai-nilai kekeluargaan, gotong royong, dan kesederhanaan, yang menimbulkan ikatan sosial yang erat di antara masyarakatnya. Budaya Banyumasan melekat kuat dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari bahasa daerah dengan dialek khas ngapak, tradisi seni pertunjukan seperti wayang kulit dan ebeg, hingga kuliner khas yang mewarnai identitas lokal.

Lebih jauh lagi, masyarakat Purwokerto memiliki keunikan bahasa dan tradisi yang menjadi identitas kuat mereka dalam konteks budaya Indonesia yang beragam. Bahasa Jawa dialek Banyumasan atau ngapak menjadi simbol lokalitas yang membedakan mereka dari daerah lain, sementara seni musik tradisional seperti kentongan atau thek-thek menjadi bagian penting dalam acara adat dan kegiatan komunitas. Tradisi dan budaya ini tidak hanya menjadi warisan yang dipertahankan tetapi juga menjadi alat komunikasi sosial yang mempererat hubungan antar warga.

Dalam konteks penelitian ini, masyarakat Purwokerto adalah subjek utama yang menjadi fokus studi untuk memahami bagaimana mereka mempersepsikan dan mengalami penggunaan media sosial, khususnya interaksi dengan akun Instagram @infopurwokerto. Pengalaman dan persepsi mereka terhadap akun tersebut akan merefleksikan dinamika kehidupan sosial dan budaya yang khas, yang

¹⁷ Kusumastuti, Bdn, SH Budi Juliardi, Dimas Ario Sumilih, Nining Andriani, Siti Hawa Lubis, Eddi Novra, S.ST Par dkk. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. MEGA PERS NUSANTARA, 2025.

terjalin secara alami dalam interaksi sehari-hari melalui media digital. Oleh karena itu, memahami karakteristik dan konteks sosial budaya masyarakat Purwokerto sangat penting untuk menghasilkan analisis yang autentik dan kontekstual mengenai fenomena media sosial di wilayah ini.

4. Akun Instagram @infopurwokerto

Akun Instagram @infopurwokerto adalah sebuah platform media sosial yang berfungsi sebagai pusat informasi digital khusus untuk wilayah Purwokerto dan sekitarnya. Akun ini milik Irfan Bahtiar yang dibuat pada tahun 2014 dan mulai dikembangkan kembali secara serius pada tahun 2016 hingga kini. Dengan jumlah pengikut yang mencapai ratusan ribu, akun ini menjadi salah satu sumber utama penyebaran berita, informasi publik, wisata, budaya, serta event-event yang berlangsung di Purwokerto. Sebagai akun yang fokus pada komunitas lokal, @infopurwokerto menyajikan konten-konten relevan dan aktual, mulai dari katalog tempat wisata, kegiatan sosial, hingga berbagai promosi dan pengumuman yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat di Kota Purwokerto

Secara operasional, @infopurwokerto menggunakan berbagai fitur Instagram seperti postingan foto, video, story, dan reels untuk menjangkau audiensnya dengan cara yang menarik dan interaktif. Akun ini juga aktif berinteraksi dengan pengikutnya melalui komentar dan direct message, yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara pengelola akun dan masyarakat pengguna. Konten yang dipublikasikan biasanya bersifat informatif dan edukatif dengan bahasa yang mudah dipahami, sehingga mampu menarik perhatian beragam kalangan mulai dari pelajar, pekerja, hingga komunitas lokal lainnya.¹⁸

Secara keseluruhan, akun Instagram @infopurwokerto mewakili fenomena media sosial lokal yang menjembatani informasi antara institusi, komunitas, dan individu di Purwokerto. Akun ini berkontribusi pada pembentukan jaringan sosial digital dan menjadi objek kajian penting untuk

¹⁸ Ramadani, D. W. Strategi Pengelolaan Akun Instagram@ infopurwokerto.

memahami hubungan antara informasi teknologi dan dinamika sosial masyarakat di era modern.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan pada penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana transformasi strategi pengelolaan konten Instagram @infopurwokerto dalam membangun kepercayaan publik di wilayah Kabupaten Banyumas?
2. Apa saja motif penggunaan (*Gratifications Sought*) audiens dalam mengonsumsi konten pada akun Instagram @infopurwokerto?
3. Bagaimana tingkat keselarasan antara kebutuhan yang dicari (*Gratifications Sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*Gratifications Obtained*) oleh pengguna aktif @infopurwokerto?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis transformasi dan mengevaluasi strategi pengelolaan akun Instagram @infopurwokerto guna memahami bagaimana kredibilitas dibangun untuk meraih kepercayaan publik sebagai penyedia informasi utama di wilayah Kabupaten Banyumas.
2. Menganalisis secara mendalam motif penggunaan (*Gratifications Sought*) masyarakat Purwokerto dengan mengatribusikan perilaku konsumsi konten pada dimensi kebutuhan kognitif, afektif, integratif pribadi, integratif sosial, dan pelepasan.
3. Mengonstruksi pola keselarasan antara kebutuhan yang dicari (*Gratifications Sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*Gratifications Obtained*) untuk menyimpulkan efektivitas akun @infopurwokerto dalam memenuhi kebutuhan informasi serta menciptakan pengalaman bermakna bagi komunitas lokal.

E. Manfaat Penelitian

Dibalik tujuan sebelumnya, terdapat berbagai manfaat yang dapat diambil baik secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah rincian manfaat tersebut:

1. Manfaat Teoritis

a. Pengembangan Ilmu Komunikasi

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana media sosial mempengaruhi interaksi sosial di tingkat lokal, serta bagaimana masyarakat mempersepsikan dan mengalami kehadiran akun informasi di media sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang komunikasi masyarakat dan media sosial, serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi yang lebih relevan dengan konteks masyarakat lokal. Hasil dari studi ini dapat dijadikan sebagai dasar atau referensi untuk penelitian lain dengan topik sejenis.¹⁹

b. Teori Identitas Sosial

Penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang bagaimana pengguna media sosial membangun identitas dan komunitas mereka melalui platform digital. Dengan meneliti persepsi yang diberikan pada akun @infopurwokerto, bisa dihasilkan penjelasan tentang bagaimana identitas lokal terbangun dalam ranah digital, serta bagaimana interaksi sosial dan budaya lokal direpresentasikan dan dipelihara melalui media sosial. Studi ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana media sosial bisa memperkuat identitas suatu daerah dan membangun komunitas yang lebih solid dan terhubung.²⁰

¹⁹ Rantona, S., Solihin, O., & Abdullah, A. Z. (2024). Digitalisasi Komunikasi: Dinamika Teori dan Transformasi di Era Digital. *Mimbar Administrasi*, 21(1), 407-419.

²⁰ Mahyuzar, H. (2020). *Pengaruh Identitas Sosial, Persepsi nilai, dan aktivitas, Peemasaran Media Sosial dalam Kepuasan Netizen (Studi empiris pada pengguna Instagram dan Facebook)* (Doctoral dissertation, universitas islam indonesia).

c. Kontribusi pada Teori Media Baru

Penelitian ini bisa menjadi bagian dari diskusi yang lebih besar mengenai fitrah media baru dan bagaimana mereka membentuk pola komunikasi di tingkat lokal. Dengan menganalisis bagaimana akun @infopurwokerto berinteraksi dengan pengikutnya dan bagaimana pengikut mempersepsikan akun tersebut, Studi ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana media baru bisa membentuk dan mempengaruhi komunikasi masyarakat. Hal ini juga dapat membuka diskusi mengenai genre konten serta format yang efektif untuk komunitas tertentu, sehingga dapat membantu pengembang media sosial dan praktisi komunikasi dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih relevan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.²¹

2. Manfaat Praktis

a. Panduan Perumusan Kebijakan

Hasil penelitian ini bisa memberikan informasi penting bagi pemerintah daerah atau pemangku kepentingan di Purwokerto dalam memahami kebutuhan masyarakat dan cara mereka berinteraksi dengan informasi yang disajikan melalui media sosial. Ini bisa membantu dalam merancang program efektif dalam menjangkau masyarakat, serta memfasilitasi partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan daerah. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan pemerintah daerah dalam mengembangkan strategi komunikasi dan pembangunan yang lebih berbasis pada kebutuhan dan preferensi masyarakat lokal. Rekomendasi tersebut berkaitan dengan cara meningkatkan kualitas konten dan interaksi media sosial agar dapat

²¹ Latif, HD, & Sos, S. (2024). *Media Baru dan Dakwah*. Elex Media Komputindo.

meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.²²

b. Strategi Komunikasi untuk Media Sosial

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola akun media sosial, khususnya yang berkaitan dengan penyebaran informasi lokal. Mereka dapat menggunakan temuan dalam penelitian untuk meningkatkan konten dan tingkat interaksi dengan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu lokal. Dengan demikian, penelitian ini bisa menjadi referensi bagi pengelola media sosial untuk mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih efektif, relevan, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat setempat. Selain itu, studi ini juga bisa memberikan saran tentang cara meningkatkan kualitas konten, meningkatkan engagement, dan membangun komunitas online yang lebih solid dan interaktif.²³

c. Mendorong Keterlibatan Masyarakat

Dengan memahami persepsi dan pengalaman masyarakat terkait informasi yang diterima melalui akun media sosial, dapat dicari cara yang lebih efektif untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam isu-isu lokal. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi strategi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan daerah, sehingga dapat memperkuat komunitas lokal. Hasilnya bisa menjadi kontribusi bagi pembangunan

²² Murti, MF (2024). *Penggunaan media Sosial Facebook sebagai Media Informasi oleh Pemerintah Desa Karapedes KAbupaten Purakarta (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Facebook Kiarapedes Reueus)* (Disertasi Doktor Universitas Sangga Buana YPKP).

²³ Jantidijanto, D. S. (2023). *Strategi komunikasi melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan Brand Image: Studi deskriptif pada akun media sosial Instagram@ gvfi_id* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

masyarakat yang lebih partisipatif dan berkelanjutan, sehingga kualitas hidup masyarakat pun meningkat.²⁴

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan proses analisis yang melibatkan penelaahan informasi yang berkaitan dengan topik utama, yaitu persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap penggunaan media sosial Instagram yang relevan dengan penelitian sebelumnya, digunakan sebagai pedoman dan referensi untuk membandingkan penelitian serta untuk mencegah tindakan plagiarisme. Dalam kajian pustaka ini, terdapat 2 tema besar yaitu yang Pertama Persepsi Masyarakat Terhadap Konten dan Layanan Informasi, Kedua Pengalaman Subjektif dan Interaksi Sosial Digital.

1. Persepsi Masyarakat Terhadap Konten dan Layanan Informasi

Persepsi masyarakat terhadap media sosial merupakan proses pemberian makna atau interpretasi individu terhadap informasi yang diterima melalui platform digital. Berdasarkan jurnal "Perspektif Anggota Kim Kalurahan pada Akun Instagram @Desa_Ngalang dalam Memberikan Informasi" oleh Kencana dkk. (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat serta mampu meningkatkan efisiensi layanan publik melalui akses informasi yang cepat dan mudah. Persamaannya, kedua penelitian membahas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengikutnya. Perbedaannya, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian instansi pemerintah desa (Kalurahan Ngalang), sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan objek

²⁴ Mannayong, J., & Faisal, M. (2024). Transformasi digital dan partisipasi masyarakat: mewujudkan keterlibatan publik yang lebih aktif. *Jurnal Administrasi Publik*, 20(1), 53-75.

penelitian akun informasi publik non-pemerintah yaitu akun @infopurwokerto.²⁵

Kualitas dan konsistensi konten juga menjadi pilar utama dalam membangun kepercayaan. Berdasarkan jurnal “Persepsi Dan Motivasi Pengikut Akun Instagram @pssijateng Terhadap Konten Sepakbola Jawa Tengah” oleh Aprilyanto dan Nurrachmad (2025). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten sangat memengaruhi persepsi audiens, yang didorong oleh motif identitas lokal dan kecintaan pada komunitas digital. Persamaannya, kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk membedah persepsi akun lokal. Perbedaannya, penelitian tersebut pada konteks branding olahraga, sedangkan penulis pada konteks masyarakat kota melalui @infopurwokerto.²⁶

Hal serupa juga dibahas dalam jurnal oleh Rohmah dkk. (2024) mengenai persepsi warganet terhadap akun @basyasman sebagai media dakwah. Hasil penelitian menunjukkan adanya persepsi positif terhadap gaya komunikasi Husain Basyaiban yang dinilai komunikatif, relevan, dan mampu menjangkau audiens muda secara luas. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk membedah persepsi pengguna Instagram. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada konten dakwah dan nilai keagamaan pada akun personal, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengalaman sosial dan motivasi pengguna dalam mengakses informasi publik pada akun komunitas lokal @infopurwokerto.²⁷

²⁵ Agustine Gitania Kencana dkk., “Perspektif Anggota Kim Kalurahan pada Akun Instagram @Desa_Ngalang dalam Memberikan Informasi,” *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (JMAN)* 8, no. 1 (2024): 15-28.

²⁶ Z. N. Aprilyanto dan L. Nurrachmad, “Persepsi Dan Motivasi Pengikut Akun Instagram @pssijateng Terhadap Konten Sepakbola Jawa Tengah,” *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha* 13, no. 1 (2025): 19-26.

²⁷ H. Rohmah dkk., “Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Akun Instagram @Basyasman),” *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa* 5, no. 2 (2024): 287-295.

Dalam konteks respons kritis, jurnal oleh Pratama dkk. (2023) menganalisis persepsi khalayak terhadap isu produk pada akun @welovehonda menggunakan teori *encoding-decoding*. Hasil penelitian menunjukkan adanya keragaman resepsi, di mana sebagian besar informan berada pada posisi oposisi atau menolak pesan resmi perusahaan dan lebih kritis terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji persepsi pengguna Instagram terhadap konten yang disajikan oleh sebuah akun publik. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada analisis resepsi pesan krisis dan manajemen reputasi produk otomotif, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengalaman sosial dan motivasi pengguna dalam memanfaatkan akun informasi komunitas @infopurwokerto melalui pendekatan fenomenologi.²⁸

Tsaabita dan Dwivayani (2023) juga meneliti persepsi tenaga honorer terhadap video di akun @pemprov_kaltim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens menginterpretasikan konten tersebut sebagai representasi dukungan politik yang signifikan, yang kemudian membentuk rasa aman dan sikap positif terhadap instansi terkait. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik triangulasi data untuk memahami bagaimana audiens memproses informasi dan membentuk persepsi melalui fitur-fitur Instagram. Perbedaannya, penelitian Tsaabita dan Dwivayani berfokus pada persepsi isu kebijakan publik yang bersifat krusial dan formal, sedangkan penelitian penulis lebih menitikberatkan pada pengalaman komunitas dan motivasi sosial dalam mengonsumsi informasi lokal harian melalui akun @infopurwokerto.²⁹

²⁸ L. B. Pratama dkk., "Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Klarifikasi Isu Rangka Karatan Kendaraan Motor Honda Pada Akun Instagram @welovehonda," *Innovative: Journal of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 3306-3317.

²⁹ F. Tsaabita dan K. D. Dwivayani, "Persepsi Tenaga Honorer Terhadap Video Reels di Instagram @pemprov_kaltim Mengenai Penghapusan Tenaga Honorer," *eJournal Ilmu Komunikasi* 11, no. 4 (2023): 128-142.

Selanjutnya, jurnal oleh Wulandaria dan Widyaningsih (2023) membahas persepsi wisatawan melalui komentar pada akun @pacitanku. Hasil penelitian berhasil memetakan opini publik ke dalam beberapa tema sentral seperti aspek keindahan alam, aksesibilitas, pengalaman wisata, serta kualitas fasilitas yang menjadi dasar strategi pengembangan destinasi. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk membedah makna subjektif dan sentimen pengguna media sosial dalam lingkup lokalitas daerah. Perbedaannya, penelitian Wulandari berfokus pada evaluasi spesifik sektor pariwisata untuk kepentingan manajerial destinasi, sedangkan penelitian penulis memiliki cakupan yang lebih luas yakni pada persepsi konten informasi umum dan dinamika interaksi sosial masyarakat urban melalui akun @infopurwokerto.³⁰

Terakhir, jurnal oleh Yarisda dkk. (2022) membahas pengalaman kerja *Cyber PR* Diskominfo Kota Padang dalam mengelola informasi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *Cyber PR* yang sistematis sangat krusial dalam menjamin akurasi dan efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk membedah interaksi dan makna komunikasi yang terbangun di platform media sosial. Perbedaannya, penelitian Yarisda dkk. menitikberatkan pada perspektif pengelola (sender) dalam lingkup kehumasan pemerintah, sedangkan penelitian penulis berfokus pada perspektif pengguna (receiver) mengenai pengalaman sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun komunitas @infopurwokerto.³¹

Berdasarkan pada beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap konten media sosial bersifat dinamis

³⁰ N. Wulandaria dan Y. A. Widyaningsih, "Analisis Persepsi Dan Sentimen Wisatawan Dalam Instagram Sebagai Masukan Pengembangan Pantai Klayar Kabupaten Pacitan," *Jurnal Destinasi Pariwisata* 11, no. 1 (2023): 15-23.

³¹ V. P. Yarisda dkk., "Pengalaman Pegawai Mengelola *Cyber PR* Pada Diskominfo Kota Padang dalam Menyampaikan Informasi Publik," *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, no. 3 (2022): 382-391.

dan subjektif. Faktor identitas lokal, kebutuhan informasi, gaya komunikasi, serta pengalaman pribadi menjadi elemen kunci dalam membentuk penilaian masyarakat terhadap sebuah akun Instagram. Melalui pengelolaan konten yang profesional dan transparan, media sosial dapat menjadi jembatan informasi yang efektif antara penyedia informasi dengan komunitas pengikutnya.

2. Pengalaman Subjektif dan Interaksi Sosial Digital

Pengalaman subjektif berkaitan dengan bagaimana media sosial menyentuh aspek emosional, makna personal, dan psikologis penggunanya. Berdasarkan jurnal “Pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro dalam memanfaatkan Instagram” oleh Putri dan Dewi (2023). Hasil penelitian mengidentifikasi empat tema sentral, yaitu motivasi penggunaan, aksesibilitas platform, proses penemuan informasi, serta persepsi efektivitas Instagram sebagai medium informasi pendidikan. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif untuk memahami makna subjektif pengguna Instagram dalam konteks penyebaran informasi dan interaksi sosial. Perbedaannya terletak pada fokus studi, di mana penelitian tersebut menekankan pada pengalaman informasi mahasiswa dalam pengambilan keputusan akademik, sedangkan penelitian penulis diarahkan pada persepsi masyarakat dalam konteks pemenuhan kebutuhan informasi lokal yang lebih luas melalui akun @infopurwokerto.³²

Dinamika ini juga terlihat dalam jurnal Mewengkang dkk. (2024) tentang penggunaan *AR Beauty Filter*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan filter kecantikan menciptakan dualitas antara realitas fisik dan representasi digital, di mana teknologi tersebut menjadi sarana kebebasan berekspresi sekaligus tetap terbelenggu oleh standar kecantikan konvensional. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan

³² S. A. Putri dan A. O. P. Dewi, “Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi,” *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 7, no. 2 (2023): 275-286.

pendekatan fenomenologi kualitatif untuk menggali makna mendalam dari pengalaman subjektif pengguna fitur di platform Instagram. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada aspek identitas diri, teknologi AR, dan standar kecantikan perempuan, sedangkan penelitian penulis berfokus pada persepsi masyarakat terhadap konten informasi lokal dan interaksi sosial komunitas melalui akun @infopurwokerto.³³

Selanjutnya, skripsi oleh Dwinanda (2022) meneliti pengalaman remaja menggunakan Instagram dan hubungannya dengan kepercayaan diri. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengalaman informan dalam berinteraksi di Instagram bersifat beragam dan memberikan dampak psikologis langsung, baik positif maupun negatif, terhadap konstruksi kepercayaan diri mereka. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menggali makna subjektif pengguna media sosial. Perbedaannya, penelitian Dwinanda menitikberatkan pada kaitan antara penggunaan Instagram dengan aspek psikologis individu (kepercayaan diri), sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada persepsi masyarakat dan interaksi sosial dalam konteks konsumsi konten informasi lokal melalui akun @infopurwokerto.³⁴

Aspek etika dibahas dalam jurnal Wulandah (2023) mengenai fenomena *cyberbullying*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat krisis etika komunikasi pada netizen yang ditandai dengan penggunaan kata-kata kasar dan penghinaan, yang berdampak negatif secara psikologis baik bagi korban maupun pelaku. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan media sosial Instagram sebagai objek studi untuk membedah perilaku dan interaksi netizen di ruang digital. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada sisi gelap interaksi digital berupa konflik dan etika

³³ R. G. Mewengkang dkk., "Memahami Pengalaman Perempuan dalam Penggunaan Augmented Reality Beauty Filter pada Platform Instagram," *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 988-1004.

³⁴ M. V. Dwinanda, "Pengalaman Remaja Kelas Menengah Bawah Dalam Menggunakan Sosial Media Instagram Dan Kaitannya Dengan Kepercayaan Diri," (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2022).

komunikasi, sedangkan penelitian penulis lebih menonjolkan sisi fungsional, yaitu pengalaman positif dan motivasi pengguna dalam konteks pemenuhan kebutuhan informasi lokal melalui akun @infopurwokerto.³⁵

Hasibuan dan Auza (2023) dalam penelitiannya temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan kebebasan berpendapat, masih banyak ditemukan fenomena komentar yang tidak beretika dan destruktif, sehingga diperlukan kesadaran akan komunikasi yang bertanggung jawab di ruang publik digital. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus pada akun Instagram yang berfungsi sebagai penyedia informasi publik lokal (lokalitas kota). Perbedaannya, penelitian Firman berfokus pada aspek normatif etika kritik dan perilaku netizen di kolom komentar, sedangkan penelitian penulis lebih menitikberatkan pada aspek pengalaman fungsional dan motivasi penggunaan masyarakat terhadap konten informasi lokal melalui akun @infopurwokerto.³⁶

Penelitian oleh Mannayong dan Faisal (2024) membahas transformasi digital dan partisipasi aktif masyarakat. Persamaannya adalah kajian mengenai keterlibatan publik melalui platform digital. Perbedaannya, penelitian tersebut bersifat makro pada ranah administrasi publik, sementara penelitian ini lebih bersifat mikro pada pengalaman personal pengguna akun @infopurwokerto dalam kehidupan sehari-hari.³⁷

Selain itu, penelitian Hasbullah dkk. (2025), dalam penelitian inisil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat, di mana konten komunikasi memberikan kontribusi sebesar 85,5% dalam memengaruhi variasi persepsi pengikut, yang dianalisis melalui teori komunikasi persuasif

³⁵ S. Wulandah, "Fenomena Cyberbullying: Krisis Etika Komunikasi Netizen pada Media Sosial Instagram," *Jurnal Analisa Sosiologi* 12, no. 2 (2023): 387-409.

³⁶ E. J. Hasibuan dan A. Auza, "Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap Etika Kritik di Ruang Publik Media Sosial Instagram (Studi Kasus @Medantalk)," *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 8, no. 2 (2023): 145-158.

³⁷ J. Mannayong dan M. Faisal, "Transformasi Digital dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik yang Lebih Aktif," *Jurnal Administrasi Publik* 20, no. 1 (2024): 53-75.

dan konstruksi sosial. Persamaannya, kedua penelitian ini mengkaji platform Instagram sebagai medium penyebaran informasi yang mampu membentuk persepsi tertentu pada pengikutnya di Indonesia. Perbedaannya, penelitian Hasbullah dkk. menggunakan desain kuantitatif untuk mengukur tingkat pengaruh konten terhadap kesadaran kesehatan mental, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi secara mendalam pengalaman sosial dan motif masyarakat dalam memanfaatkan akun informasi lokal @infopurwokerto.³⁸

Terakhir, skripsi oleh Suradji (2024), hasil penelitian menunjukkan adanya persepsi positif di mana audiens memandang akun @Abouttng sebagai sumber informasi yang cepat, akurat, dan relevan, sekaligus menjadi ruang interaksi sosial yang efektif antar pengikut. Persamaannya, kedua penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji akun informasi publik berbasis lokalitas kota di platform Instagram. Perbedaannya, penelitian Suradji secara spesifik menggunakan teori *Uses and Gratifications* untuk mengukur pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa, sedangkan penelitian penulis lebih menitikberatkan pada pengalaman sosial dan persepsi komunitas masyarakat umum melalui pendekatan fenomenologi.³⁹

Berdasarkan pada beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengalaman masyarakat dalam menggunakan Instagram melibatkan dimensi yang kompleks, mulai dari aspek fungsional dalam mencari informasi hingga aspek emosional dalam membangun identitas dan interaksi sosial. Secara keseluruhan, tinjauan terhadap berbagai penelitian terdahulu di atas menunjukkan bahwa kajian mengenai media sosial Instagram telah berkembang secara luas, mulai dari fungsi layanan

³⁸ Nadifa Zahra Hasbullah dkk., “Pengaruh Konten Komunikasi Instagram @studiodjiwa Terhadap Persepsi Pengikut Dalam Meningkatkan Kesadaran Kesehatan Mental,” *Sosmaniora (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)* 4, no. 3 (2025): 412-425.

³⁹ Jonathan Andreas Suradji, “Persepsi Dan Pengalaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Mengenai Akun Instagram @Abouttng Dalam Kebutuhan Informasi,” (Skripsi, Universitas Buddhi Dharma, 2024).

informasi instansi pemerintah, etika berkomunikasi di ruang publik, hingga pemenuhan kebutuhan informasi spesifik kelompok tertentu. Namun, ditemukan bahwa sebagian besar literatur yang ada masih berfokus pada perspektif pengelola (*sender*) atau kelompok audiens yang homogen. Selain itu, banyak penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh konten secara umum, namun masih jarang yang mendalami makna subjektif dari pengalaman masyarakat urban yang heterogen terhadap akun informasi komunitas independent.

Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut (*research gap*) dengan memfokuskan studi pada akun @infopurwokerto. Perbedaan mendasar penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan fenomenologi untuk menggali secara mendalam bagaimana masyarakat Purwokerto secara personal memaknai informasi lokal dan bagaimana akun tersebut bertransformasi menjadi bagian dari pengalaman sosial sehari-hari mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru mengenai peran media sosial lokal dalam membangun navigasi sosial dan identitas komunitas di tingkat kota, yang sekaligus menjadi nilai kebaruan (*novelty*) dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah susunan atau urutan bab dan isi dalam sebuah skripsi yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang terstruktur dan sistematis mengenai alur pembahasan penelitian.⁴⁰ Dengan adanya sistematika, pembaca dapat memahami secara jelas bagian-bagian penting dalam penelitian mulai dari latar belakang hingga kesimpulan dan saran, serta bagaimana masing-masing bagian saling terkait.

⁴⁰ Katjong, RW (2024). Pelatihan Sistematika Penulisan Skripsi Himpunan Mahasiswa dan Pemuda (HPMP) Penggema Kota Jayapura. *Jurnal Pelayanan Sosial*, 1 (9), 1143-1148.

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi pengantar penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kerangka Teori

Bab ini memuat uraian teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, yaitu teori *Uses and Gratifications*. Pada bab ini, peneliti menjelaskan dasar pemikiran teori yang menjadi landasan analisis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek atau informan, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

Bab IV: Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan analisis mendalam mengenai persepsi dan pengalaman masyarakat Purwokerto dalam mengikuti akun Instagram @infopurwokerto.

Bab V: Simpulan dan Saran

Bab ini berisi ringkasan temuan penelitian, esensi hasil, dan rekomendasi yang dapat diberikan baik untuk penelitian selanjutnya maupun untuk pihak yang berkepentingan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori *Uses and Gratifications* (UGT)

1. Pengertian Teori *Uses and Gratifications* (UGT)

Teori *Uses and Gratifications* (UGT) pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 melalui buku mereka "*The Uses of Mass Communication*". Teori ini lahir sebagai reaksi terhadap pendekatan media studi tradisional yang lebih fokus pada efek media terhadap audiens, berubah menjadi pendekatan yang melihat audiens sebagai aktor aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan dan motivasi mereka sendiri.

Teori ini menekankan bahwa audiens atau pengguna media bukanlah pihak pasif yang hanya menerima konten, melainkan pengguna aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sosial, psikologis, dan emosional mereka. UGT fokus pada bagaimana individu menggunakan media untuk mendapatkan gratifikasi atau kepuasan tertentu, seperti mencari informasi, hiburan, identitas, atau interaksi sosial. Dengan demikian, teori ini melihat alasan balik pemilihan media oleh individu, bukan hanya efek media itu sendiri.⁴¹

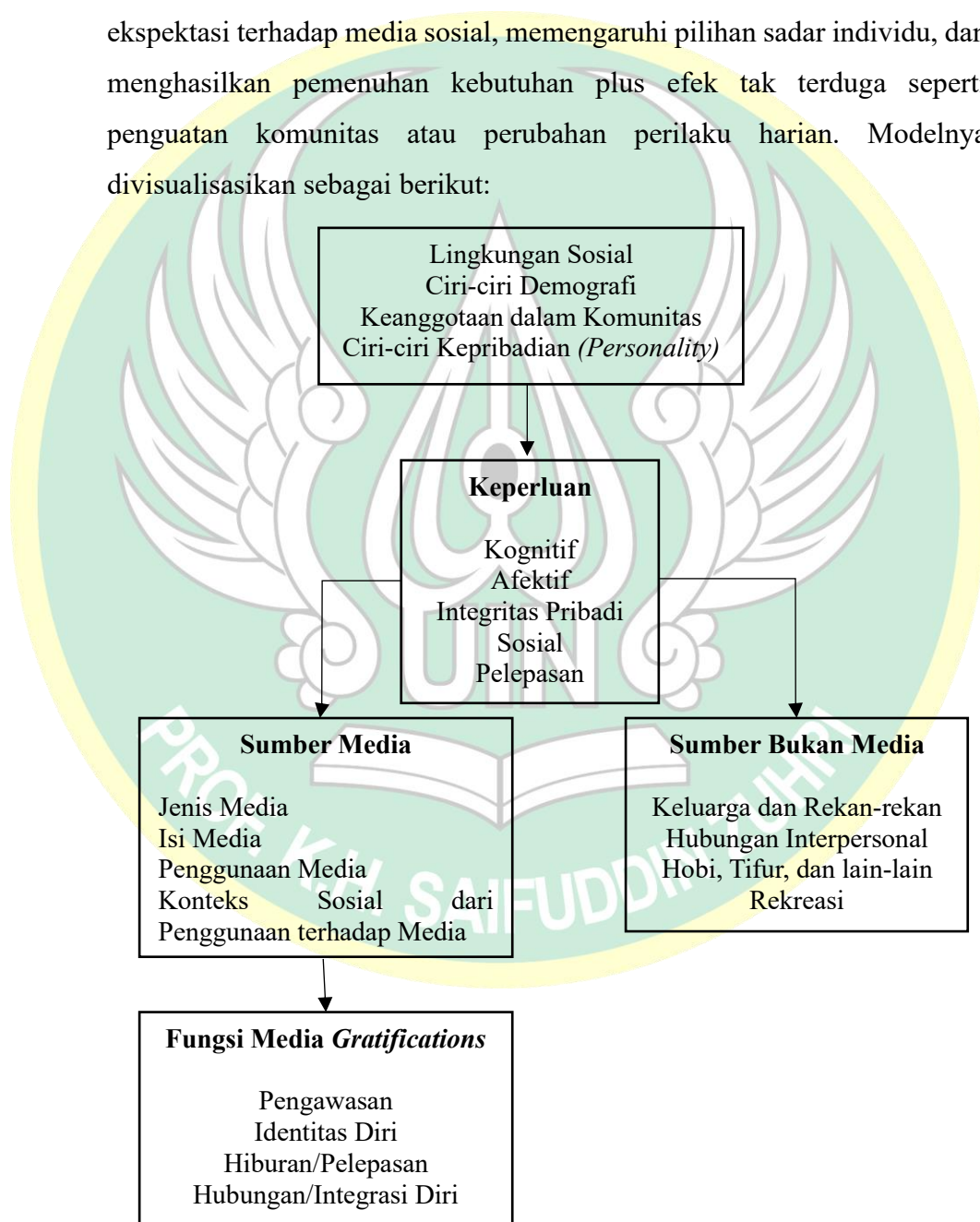
Teori UGT berpendapat bahwa setiap individu memiliki beragam kebutuhan dan tujuan dalam memilih media, yang kemudian mempengaruhi jenis media yang mereka konsumsi.⁴² Individu akan mencari media yang mampu memuaskan kebutuhan seperti kebutuhan kognitif untuk memperoleh informasi, kebutuhan personal integratif untuk pengembangan identitas, kebutuhan sosial untuk interaksi, dan kebutuhan

⁴¹ Maulidah, N. S., Zahira, E. E. R., Meilina, E., Rachma, H. I., & Sugiarti, R. Konsultasi Online pada Aplikasi Telemedis dikalangan Remaja di masa Pandemi Covid-19 (Online Consultation on Telemedicine Applications for Adolescents Amid the Covid-19 Pandemic).

⁴² Adistri, N., & Rusman, A. A. (2024). Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi *Uses and Gratification* di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103-116.

hiburan untuk melepaskan penat. Konsep penting dalam teori ini adalah "gratifikasi yang dicari" dan "gratifikasi yang diperoleh", yang mengukur tingkat kepuasan pengguna media berdasarkan perbandingan antara harapan dan kenyataan penggunaan media tersebut.

Teori *Uses and Gratifications* (UGT) Katz cs. menyatakan bahwa kondisi sosial-psikologis memunculkan kebutuhan pribadi, menciptakan ekspektasi terhadap media sosial, memengaruhi pilihan sadar individu, dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan plus efek tak terduga seperti penguatan komunitas atau perubahan perilaku harian. Modelnya divisualisasikan sebagai berikut:



Gambar 2. 2: Model pendekatan kegunaan dan kepuasan

Model ini dimulai dengan melihat bagaimana lingkungan sekitar seseorang, termasuk karakteristik demografis seperti usia, latar belakang etnis, jenis kelamin, keanggotaan dalam kelompok sosial, serta sifat-sifat kepribadian individu, dapat memengaruhi kebutuhan yang muncul. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan di Israel, Katz dan rekannya menemukan hubungan antara kebutuhan media seseorang dengan faktor usia dan tingkat pendidikan yang dimilikinya. Sementara itu, menurut pendapat McQuail dan koleganya, kebutuhan untuk melarikan diri (*escapism*) sering kali berkaitan dengan ketidakmampuan individu dalam beradaptasi dan rendahnya rasa percaya diri. Pendekatan ini membantu menjelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut membentuk motivasi seseorang dalam memilih dan menggunakan media tertentu.

2. Tipologi dan Dimensi Kepuasan (*Gratifications*)

Teori UGT mengklasifikasikan kebutuhan pengguna media menjadi empat kategori utama yang menjadi dasar motivasi memilih dan menggunakan media sosial seperti Instagram, yaitu:⁴³

a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif merupakan mendorong pengguna untuk mencari informasi akurat, memperluas pengetahuan, dan memahami lingkungan sekitar guna mendukung pengambilan keputusan sehari-hari, seperti mengikuti @infopurwokerto untuk mendapatkan update berita lokal, event, dan lowongan kerja Purwokerto secara cepat dan relevan.

b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang terpenuhi melalui hiburan, kepuasan emosional, dan pelepasan stres dari konten menyenangkan seperti reels wisata atau budaya Banyumasan yang membuat pengguna rileks dan bahagia.

⁴³ Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori *Uses and Gratification*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.

c. **Kebutuhan Integratif Pribadi**

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang memotivasi penguatan identitas diri, harga diri, serta status sosial melalui konten yang merepresentasikan nilai lokal, sehingga warga Purwokerto merasa bangga dan terhubung dengan identitas komunitas mereka.

d. **Kebutuhan Sosial**

Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan yang terwujud melalui interaksi komentar, *story reply*, dan diskusi yang membangun rasa kebersamaan serta jaringan antarwarga, menjadikan akun ini sebagai ruang komunikasi dua arah yang hidup.

e. **Kebutuhan Pelepasan**

Kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan untuk menghindari tekanan, mengalihkan perhatian dari persoalan hidup, atau sekadar melupakan hal-hal yang tidak menyenangkan melalui konsumsi media, sehingga mencapai relaksasi emosional sementara.

3. **Asumsi Dasar Teori *Uses and Gratifications***

Adapun asumsi dalam Teori *Uses and Gratifications* menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch yang dikutip dalam buku West & Turner melalui Jeremia dan Maria, dapat dijelaskan sebagai berikut:⁴⁴

a. **Audiens berperan aktif**

Asumsi pertama menegaskan bahwa audiens bukan penerima pasif pesan media, melainkan individu yang sadar dan proaktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Dalam konteks penelitian ini, masyarakat Purwokerto secara aktif memilih mengikuti akun Instagram @infopurwokerto karena tujuan praktis seperti mendapatkan informasi lokal yang cepat dan akurat, bukan karena dipaksa oleh konten.

⁴⁴ Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2021). Analisis teori *Uses and Gratification*: Motif menonton konten firman Tuhan influencer Kristen pada media sosial TikTok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25-44.

b. Audiens memiliki kebebasan memilih media

Audiens memiliki kebebasan penuh untuk menentukan media mana yang paling sesuai dengan motif dan kebutuhan mereka. Asumsi ini relevan dengan fenomena di mana warga Purwokerto membandingkan @infopurwokerto dengan akun lokal lain seperti @lovepurwokerto atau @instapurwokerto, kemudian memilih yang paling memuaskan kebutuhan informasi dan interaksi sosial mereka.

c. Media bersaing efektif dengan sumber-sumber kepuasan lain

Audiens tidak terbatas pada satu media, melainkan membandingkan berbagai alternatif seperti media sosial lain, televisi, radio, atau komunikasi tatap muka. Dalam skripsi ini, @infopurwokerto bersaing dengan media konvensional dan platform lain, namun unggul karena aksesibilitas dan konten lokal yang lebih relevan bagi kehidupan sehari-hari masyarakat Purwokerto.

d. Audiens memiliki kesadaran dalam menggunakan media

Pengguna memiliki kesadaran diri yang tinggi untuk menjelaskan motif dan kepuasan mereka. Asumsi ini menjadi landasan metodologi wawancara skripsi, di mana informan dapat dengan jelas mengungkapkan alasan seperti "info lowongan kerja praktis" atau "merasa terhubung dengan komunitas" sebagai gratification dari @infopurwokerto.

e. Kepuasan dan efek melalui perspektif pengguna.

Penelitian harus berfokus pada persepsi subjektif dan interpretasi individu terhadap media, bukan analisis efek secara umum. Pendekatan fenomenologi kualitatif dalam skripsi ini sesuai dengan asumsi ini, di mana wawancara mendalam menggali bagaimana informan Purwokerto memaknai pengalaman mereka mengikuti akun tersebut secara pribadi.

Pendekatan *Uses and Gratifications* (U&G) berlandaskan pandangan bahwa setiap individu merupakan pengguna media yang aktif dan intens, bukan sekadar penerima pesan yang pasif. Penggunaan media,

dalam konteks ini termasuk platform digital seperti Instagram, didorong oleh motif dan tujuan yang spesifik untuk mencapai pemenuhan kebutuhan tertentu. Media massa, atau dalam hal ini akun media sosial, berperan sebagai sarana atau instrumen fungsional yang dipilih audiens untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Suatu media atau kanal informasi dinilai berhasil dan memiliki efektivitas tinggi apabila berhasil memberikan tingkat kepuasan yang setara dengan harapan penggunanya. Siklus ini bermula dari adanya kebutuhan dasar (*need*) yang dirasakan pengguna, yang kemudian memicu dorongan atau motif untuk pemilihan menggunakan media tertentu, dengan tujuan akhir mencapai kepuasan (*gratifikasi*).

Dalam konteks penelitian ini, asumsi tersebut menjadi krusial. Pengikut akun @infopurwokerto adalah audiens aktif yang secara sadar memilih akun tersebut sebagai sumber informasi dan interaksi lokal. Gratifikasi yang Dicari (*Gratifications Sought*) masyarakat Purwokerto bisa mencakup kebutuhan akan informasi terkini mengenai kebijakan lokal, kebutuhan hiburan melalui konten ringan komunitas, atau kebutuhan akan koneksi sosial. Penelitian ini berupaya mengukur Gratifikasi yang Diperoleh (*Gratifications Obtained*) dari penggunaan akun tersebut, serta menganalisis tingkat kesesuaian antara motivasi awal mereka dengan kepuasan aktual yang mereka alami. Analisis perbandingan inilah yang akan mengungkap persepsi dan pengalaman nyata masyarakat Purwokerto terhadap keberadaan dan peran fungsional akun tersebut di Instagram.

4. Proses Pemilihan dan Kepuasan Pengguna

Teori *Uses and Gratifications* membedakan dua proses utama dalam penggunaan media yaitu *Gratifications Sought* (kebutuhan/motivasi yang di cari) dan *Gratifications Obtained* (kepuasan yang di peroleh) yang menjadi dasar analisis persepsi dan pengalaman pengguna.

Tabel 2. 1: Kerangka Konsep *Gratifications Sought* dan *Obtained*

| Konsep | Pengertian | Implikasi akun @infopurwokerto |
|--|--|--|
| Kepuasan yang dicari (<i>Gratifications Sought</i>) | Kebutuhan/motivasi yang mendorong pengguna memilih media sebelum mengonsumsi | Ingin info acara lokal cepat → Pilih ikuti akun |
| Kepuasan yang diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>) | Kepuasan nyata yang diterima setelah menggunakan media | Info akurat & update harian → Persepsi "akun kredibel" |

Proses Pemilihan dan Kepuasan Pengguna dalam *Uses and Gratifications* menggambarkan bagaimana khalayak secara aktif memilih media berdasarkan *Gratifications Sought* (GS) atau harapan/motif tertentu, kemudian terpapar konten media, dan menimbulkan apakah *Gratifications Obtained* (GO) atau kepuasan nyata terwujud. Jika GS sejalan dengan GO, pengguna merasa puas, loyal, dan membentuk persepsi positif terhadap media; sebaliknya, jika ada kesenjangan, kepuasan rendah dan kemungkinan beralih media meningkat. Proses subjektif ini menurut Katz dkk. (1974) tekanan peran aktif audiens dalam memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan individu mereka.⁴⁵

Pengguna secara aktif memilih mengikuti akun ini dengan *Gratifications Sought*, yaitu harapan mendapatkan update yang cepat, akurat, dan relevan tentang kehidupan sehari-hari di Purwokerto, termasuk informasi publik yang dibutuhkan untuk kegiatan sosial dan ekonomi mereka. Setelah mengonsumsi konten melalui postingan, reels, dan story, mereka menampilkan *Gratifications Obtained* berupa kepuasan nyata seperti info lowongan kerja praktis, hiburan budaya lokal, dan interaksi melalui komentar yang membangun rasa komunitas.

⁴⁵ Riesardhy, AW, & Herawati, FA (2012). Kompetisi Stasiun Televisi Swasta Nasional Berdasarkan Arah Keunggulan dan Besaran Keunggulan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9 (1).

Proses pemilihan media pada penelitian ini dimulai ketika masyarakat Purwokerto mengidentifikasi kebutuhan informasi lokal seperti berita event, lowongan kerja, wisata, dan budaya Purwokerto yang tidak terpenuhi oleh media konvensional. Mereka kemudian mencari dan memutar berbagai akun Instagram lokal, di mana @infopurwokerto menonjol dengan 451 ribu pengikut dibandingkan kompetitor seperti @lovepurwokerto (308 ribu) dan @instapurwokerto (306 ribu) karena konten informatif, aktual, dan interaktif.

Dalam penelitian ini, proses ini menghasilkan persepsi positif "akun kredibel dan berguna" serta pengalaman "merasa terhubung dengan masyarakat Purwokerto" ketika kebutuhan terpenuhi, sementara gap antara harapan dan realita dapat menimbulkan kritik atau unfollow. Analisis wawancara informan akan mengukur keselarasan *Gratifications Sought vs Obtained* untuk menjawab pertanyaan mengenai persepsi dan pengalaman mereka.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian dan memperoleh data yang akurat, maka metode penelitian yang tepat sangatlah penting. Penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam persepsi dan pengalaman masyarakat Purwokerto dalam mengikuti akun @infopurwokerto di Instagram, maka metode penelitian yang paling relevan dan tepat untuk digunakan adalah penelitian kualitatif. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada sifat dasar penelitian yang fokus pada sudut pandang, pandangan, dan pengalaman subyektif pengguna media sosial.

Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena sosial, perilaku, atau pengalaman individu dalam hal ini, *pengikut* akun @infopurwokerto dari sudut pandang subjek yang diteliti secara holistik dan mendalam. Pendekatan ini secara esensial berbeda dari metode kuantitatif karena data yang dihasilkan adalah data deskriptif berupa narasi, pernyataan, transkrip wawancara, dan deskripsi observasi, bukan berupa angka, statistik, atau pengukuran matematis.

Dengan memilih metode kualitatif, peneliti dapat fokus pada: (1) *Menggali makna* di balik motif penggunaan akun misalnya, mengapa *update* informasi dari Instagram lebih penting daripada dari media lain; (2) *Memahami pengalaman interaktif* yang dilihat oleh pengikut di kolom komentar atau *Direct Message*; dan (3) *Menganalisis persepsi subjektif* terhadap kredibilitas dan kualitas konten yang disajikan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara kaya dan detail bagaimana masyarakat Purwokerto menggunakan akun @infopurwokerto untuk memenuhi kebutuhan informasional dan sosial mereka di tengah konteks komunikasi yang alami dan spesifik, sehingga menghasilkan pemahaman

yang komprehensif mengenai gratifikasi yang dicari dan gratifikasi yang diperoleh dari pengguna

2. Pendekatan penelitian

Dalam pendekatannya, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menyelesaikan permasalahan penelitian tersebut. Pendekatan fenomenologi merupakan salah satu jenis pendekatan dalam penelitian kualitatif yang fokus untuk mengkaji dan memahami pengalaman hidup seseorang atau kelompok secara mendalam dan detail. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana individu mengalami, merasakan, dan memberikan makna terhadap suatu fenomena yang terjadi dalam kehidupan nyata mereka. Dalam penelitian fenomenologi, peneliti berusaha menangkap esensi pengalaman tersebut dengan cara mendengarkan dan mendeskripsikan pengalaman pribadi informan tanpa menghakimi atau menggeneralisasi.⁴⁶

Dalam konteks skripsi dengan judul "Persepsi dan Pengalaman Masyarakat Purwokerto dalam mengikuti akun @infopurwokerto di Instagram", pendekatan fenomenologi sangat relevan karena penelitian ini yaitu menelusuri secara mendalam pengalaman subjektif masyarakat saat menggunakan dan mengikuti akun @infopurwokerto.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana masyarakat melihat, merasakan, dan menginterpretasikan konten yang ada di akun tersebut, serta bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap mereka dalam kehidupan sosial sehari-hari. Pendekatan fenomenologi memungkinkan adanya gambaran yang autentik dan naturalistik tentang fenomena media sosial di Purwokerto dari sudut pandang masyarakat itu sendiri, sehingga hasil penelitian menjadi lebih kaya dan bermakna.

⁴⁶ Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5 (2), 198-211.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Skripsi penelitian berjudul "Persepsi dan Pengalaman Masyarakat Purwokerto dalam mengikuti Akun @infopurwokerto di Instagram" dilaksanakan mulai bulan Oktober 2025. Tempat penelitian ini adalah di wilayah kota Purwokerto dan sekitarnya, yang merupakan lokasi utama para pengikut akun Instagram @infopurwokerto. Waktu penelitian ini meliputi periode pengumpulan data dan observasi lapangan yang direncanakan berlangsung selama dua sampai tiga bulan, guna mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap akun tersebut.

C. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif ini, data yang digunakan terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui proses pengumpulan data seperti wawancara mendalam dengan akun masyarakat atau pengikut akun @infopurwokerto, observasi langsung pada aktivitas interaksi dengan akun masyarakat tersebut di Instagram, serta catatan lapangan selama proses penelitian.⁴⁷ Data ini memberikan gambaran langsung tentang pengalaman, persepsi, dan pandangan subjektif masyarakat terkait akun Instagram tersebut.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk menggali persepsi dan pengalaman masyarakat Purwokerto dalam mengikuti akun @infopurwokerto di Instagram. Teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan para pengikut aktif akun tersebut untuk memperoleh langsung tentang pengalaman mereka, bagaimana mereka menanggapi konten yang disajikan, serta motivasi dan

⁴⁷ Hasan, Iqbal. (2022). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Medan: Universitas Medan Area.

dampak penggunaan akun tersebut dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁸ Wawancara dilakukan secara terbuka dan terekam agar data yang diperoleh detail dan akurat.

Selain itu, penelitian juga menggunakan teknik observasi partisipatif, di mana peneliti mengamati interaksi masyarakat dengan akun @infopurwokerto secara langsung di platform Instagram. Pengamatan ini mencakup cara pengguna berinteraksi melalui komentar, suka, serta aktivitas lainnya yang menampilkan keterlibatan mereka dengan konten.⁴⁹ Observasi ini membantu melengkapi hasil wawancara dengan data perilaku nyata pengguna akun tersebut.

Teknik pengumpulan data lainnya adalah dokumentasi, yaitu pengumpulan data pendukung berupa tangkapan layar, arsip postingan, dan relevansi konten yang dipublikasikan oleh akun @infopurwokerto. Dokumentasi ini berfungsi untuk memperkuat dan memvalidasi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi.⁵⁰

2. Data Sekunder

Penerapan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi yang sudah tersedia dan relevan dengan topik penelitian, terutama dari media massa, artikel ilmiah, dokumentasi digital, dan sumber pustaka lainnya yang berkaitan dengan akun Instagram @infopurwokerto dan fenomena media sosial di Purwokerto. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumen, kajian literatur dari buku, jurnal, artikel online, serta arsip digital yang menyediakan konteks dan teori pendukung penelitian yang berasal dari sumber terpercaya seperti portal berita online dan Google Scholar yang memberikan ulasan ilmiah terkait penggunaan media sosial di

⁴⁸ Yona, S. (2023). Penyusunan studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76-80.

⁴⁹ Siwi, Dr. (2021). Observasi atau Observasi Partisipasi dalam Penelitian. Universitas Gadjah Mada.

⁵⁰ Fadhilah, N., & Yulianita, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi: Studi Kasus pada Instagram @dsdabmkotabdg. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.

Purwokerto. Penggunaan data sekunder ini bertujuan untuk melengkapi dan memperkuat data primer sehingga analisis yang dihasilkan menjadi lebih valid dan komprehensif.⁵¹

Penerapan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang sudah tersedia dari berbagai sumber, seperti artikel ilmiah, jurnal, buku, dokumentasi digital, portal berita online, dan sumber pustaka lain yang relevan dengan akun Instagram @infopurwokerto dan fenomena media sosial di Purwokerto. Data sekunder ini dipakai untuk melengkapi dan mendukung data primer yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan observasi. Data sekunder membantu memberikan konteks yang lebih luas dan landasan teori agar hasil penelitian lebih valid dan komprehensif. Selain itu, data sekunder yang diperoleh dari sumber terpercaya, termasuk Google Scholar, memberikan gambaran empiris dan teori yang memperkuat analisis data primer, sehingga penelitian dapat menggambarkan fenomena media sosial dengan lebih mendalam dan akurat.⁵²

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ditentukan melalui Teknik Pemilihan Informan Berbasis Kriteria Teoretis (*Theoretical Criterion-Based Selection*). Melalui teknik ini, peneliti menetapkan individu yang memiliki otoritas informasi dan pengalaman empiris mendalam terkait objek penelitian, yang dalam tradisi kualitatif didefinisikan sebagai Informan Kunci (*Key Informants*).

Dalam menerapkan Teknik Pemilihan Informan Berbasis Kriteria Teoretis, peneliti menetapkan serangkaian kriteria inklusi yang dirancang

⁵¹ Delyani, GN (2021). Metode Pengumpulan Data Sekunder, Bisakah Menggunakan Apa Saja? DQLab

⁵² lebih rapuh. (2025). 7 Manfaat Data Sekunder dalam Penelitian dan Sumber - Britter.

secara sistematis berdasarkan kerangka teori *Uses and Gratifications* (UGT). Hal ini dimaksudkan untuk menargetkan subjek yang mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai aspek *Gratifications Sought* (kepuasan yang dicari) serta *Gratifications Obtained* (kepuasan yang diperoleh).

Penelitian ini menetapkan 20 informan kunci sebagai sumber data utama guna menjamin kedalaman analisis serta menjaga validitas dan kredibilitas temuan. Jumlah ini dipandang representatif untuk mencapai Saturasi Data (Kejenuhan Data), yaitu kondisi di mana pengumpulan data akan dihentikan apabila informasi yang diberikan telah mencapai titik jenuh, ditandai dengan tidak adanya lagi variasi tema atau pola informasi baru yang signifikan. Adapun kriteria kualifikasi yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1: Kriteria Kualifikasi Informan Kunci

| No | Kriteria Kualifikasi | Deskripsi | Justifikasi Relevansi |
|----|----------------------|--|---|
| 1 | Domisili Geografis | Masyarakat yang tinggal dan beraktivitas di wilayah Purwokerto/Kab. Banyumas. | Menjamin otentisitas data berdasarkan konteks lokal dan kedekatan emosional dengan fenomena akun. |
| 2 | Intensitas Interaksi | Pengikut (<i>follower</i>) yang rutin mengakses akun dan terlibat aktif dalam interaksi seperti memberikan <i>like</i> , komentar, atau membagikan konten. | Memastikan informan memiliki pengalaman nyata dalam proses konsumsi media untuk analisis UGT. |
| 3 | Keterlibatan Konten | Pernah menggunakan informasi dari @infopurwokerto untuk pengambilan | Mendalami dimensi pengalaman subjektif dan dampak |

| No | Kriteria Kualifikasi | Deskripsi | Justifikasi Relevansi |
|----|-------------------------|---|---|
| | | keputusan seperti wisata, loker, atau <i>event</i> lokal. | penggunaan media bagi audiens. |
| 4 | Representasi Demografis | Rentang usia 17-40 tahun (Generasi Z & Milenial). | Mengacu pada data penetrasi internet tertinggi di Indonesia yang didominasi oleh kelompok usia produktif ini sebagai pengguna aktif media sosial utama. |
| 5 | Komitmen Partisipasi | Bersedia mengikuti proses wawancara mendalam (<i>in-depth interview</i>). | Menjamin ketersediaan sumber data primer yang mendalam dan berkualitas. |

Penerapan Teknik Pemilihan Informan Berbasis Kriteria Teoretis (*Theoretical Criterion-Based Selection*) menjadi instrumen krusial untuk memastikan bahwa subjek yang diwawancarai memiliki kesesuaian tinggi terhadap fenomena yang diteliti. Dengan memfokuskan pada masyarakat yang memiliki pengalaman langsung dan aktif berinteraksi dengan @infopurwokerto, data yang diperoleh diharapkan memiliki kedalaman analitis untuk membedah persepsi dan pengalaman masyarakat dalam lanskap media sosial lokal secara akurat.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus utama atau fenomena yang menjadi pusat kajian.⁵³ Objek penelitian dalam studi ini adalah akun Instagram @infopurwokerto yang berfungsi sebagai platform informasi digital utama bagi masyarakat Purwokerto dan Kabupaten Banyumas. Akun ini dibuat

⁵³ Supriati, D. (2012). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Rajawali Pers.

oleh Irfan Bachtiar pada tahun 2014 dan mulai dikembangkan secara profesional sejak 2016 setelah sempat terlupakan, hingga kini memiliki lebih dari 451.000 pengikut per Oktober 2025, menjadikannya akun informasi lokal terpopuler yang jauh melampaui kompetitor seperti @lovepurwokerto dengan 308 ribu pengikut dan @instapurwokerto dengan 306 ribu pengikut.

Pemilihan @infopurwokerto sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, akun ini merepresentasikan keberhasilan transformasi media sosial lokal dalam memenuhi berbagai dimensi kebutuhan khalayak berdasarkan kerangka teori *Uses and Gratifications*, yang meliputi kebutuhan kognitif (informasi), afektif (hiburan), integratif personal (penguatan identitas budaya Banyumasan), serta integratif sosial (interaksi komunitas digital).

Kedua, @infopurwokerto menyediakan dokumentasi data autentik yang memungkinkan peneliti melakukan triangulasi data. Observasi terhadap konten aktual pada akun tersebut berfungsi untuk memvalidasi temuan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan. Dengan demikian, analisis terhadap objek penelitian ini dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana persepsi dan pengalaman pengguna terbentuk dalam konteks aktivitas digital sehari-hari masyarakat Purwokerto.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode utama dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) secara langsung (tatap muka) maupun melalui media telepon. Teknik ini dipilih untuk menggali secara komprehensif persepsi dan pengalaman subyektif informan dalam berinteraksi dengan akun Instagram @infopurwokerto. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat memperoleh data yang kaya

(*rich data*) serta memahami nuansa makna di balik penggunaan akun tersebut dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Purwokerto.

Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang bersifat semi-terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan pelacak (*probing*) yang lebih spesifik berdasarkan jawaban informan. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi kognitif, afektif, dan integratif pengguna secara lebih fleksibel dan terbuka. Seluruh sesi wawancara direkam secara digital dengan izin informan guna menjamin keakuratan data saat dilakukan proses transkripsi dan analisis data.

Penerapan wawancara mendalam ini esensial untuk membedah bagaimana konten @infopurwokerto mampu memenuhi kebutuhan (*gratifikasi*) pengguna. Selain itu, teknik ini memberikan ruang bagi informan untuk memberikan masukan kritis serta refleksi pribadi mengenai bagaimana platform tersebut mempengaruhi pola konsumsi informasi mereka, yang tidak dapat ditangkap melalui metode pengumpulan data yang bersifat kaku.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi. Observasi merupakan metode di mana peneliti melakukan observasi secara sistematis terhadap interaksi dan perilaku subjek penelitian tanpa terlibat langsung dalam aktivitas yang sedang berlangsung.⁵⁴ Dalam konteks penelitian ini, jenis observasi yang diterapkan adalah observasi *non-partisipatif* di ranah digital.

Peneliti melakukan pengamatan terhadap aktivitas masyarakat pada akun Instagram @infopurwokerto, yang mencakup pola interaksi seperti pemberian tanda suka (*likes*), karakteristik komentar, serta partisipasi audiens dalam fitur-fitur interaktif yang disediakan. Peneliti memosisikan diri sebagai pengamat pasif yang mencatat fenomena, perilaku, dan

⁵⁴Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.

dinamika interaksi yang terjadi secara alami tanpa melakukan intervensi yang dapat mempengaruhi situasi di lapangan digital tersebut.

Pendekatan non-partisipatif ini dipilih untuk menjamin perolehan data yang objektif dan autentik mengenai bagaimana audiens berinteraksi dengan akun @infopurwokerto dalam ruang sosial digital mereka. Dengan menjaga netralitas melalui metode ini, peneliti dapat meminimalisir potensi bias yang muncul akibat kehadiran peneliti dalam interaksi. Data hasil pengamatan didokumentasikan secara sistematis melalui catatan lapangan digital (*field note*) tanpa mengganggu proses interaksi yang berjalan secara alami. Secara keseluruhan, observasi *non-partisipatif* ini merupakan instrumen yang efektif untuk membedah perilaku dan dinamika sosial pengguna media sosial secara organik.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa dokumen digital yang relevan dengan fokus penelitian. Pengumpulan data meliputi tangkapan layar (screenshot) postingan, komentar, dan aktivitas interaksi yang terjadi pada akun Instagram @infopurwokerto. Selain itu, dokumentasi juga mencakup arsip digital berupa rekaman aktivitas akun yang bisa berupa foto, video, atau catatan digital lainnya yang memperkuat data hasil wawancara dan observasi.

Fungsi teknik dokumentasi ini adalah sebagai bukti dan referensi untuk memperkuat dan memvalidasi data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian.⁵⁵ Dokumentasi membantu peneliti dalam memahami konteks interaksi masyarakat dengan akun tersebut dan menghubungkan antara data naratif yang diperoleh dari wawancara maupun pengamatan yang dilakukan secara non-partisipatif. Dengan kata lain, dokumentasi menjadi alat verifikasi yang penting agar hasil penelitian

⁵⁵ Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.

memiliki kekuatan data yang lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini merupakan proses sistematis untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi secara terorganisir. Proses ini melibatkan pengolahan serta interpretasi data guna mengungkap pola, tema, makna, serta keterkaitan antar-fenomena yang terkandung di dalamnya. Mengingat sifat penelitian ini yang kualitatif, fokus analisis diarahkan pada data non-numerik berupa teks, narasi, dan visual untuk menangkap nuansa subjektif serta konteks sosial dari pengalaman audiens @infopurwokerto.⁵⁶

Peneliti menerapkan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Teknik ini dipilih untuk membedah dan mendeskripsikan realitas penggunaan Instagram di masyarakat Purwokerto secara mendalam tanpa melalui prosedur statistik. Dalam implementasinya, peneliti melakukan kategorisasi, interpretasi, dan penyajian data dalam bentuk narasi yang koheren. Hal ini dilakukan agar fenomena mengenai motif dan kepuasan audiens (UGT) dapat dipahami secara utuh, mulai dari bagaimana persepsi "sumber terpercaya" terbentuk hingga bagaimana pengalaman "terhubung dengan komunitas" dirasakan oleh para informan kunci

Implementasi analisis dalam penelitian ini merujuk pada model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama:⁵⁷

1. Reduksi Data

Tahap pertama adalah reduksi data yang meliputi penyaringan, pemilihan, dan transformasi informasi relevan dari hasil wawancara mendalam dengan 20 informan yang berdomisili Purwokerto, observasi konten akun @infopurwokerto yang memiliki 5.503 postingan per

⁵⁶ Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.

⁵⁷ Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77-84.

Oktober 2025, serta dokumentasi postingan akun @infopurwokerto dan dokumentasi wawancara dari para pengguna instagram. Data mentah yang disediakan dengan mengeliminasi informasi berulang dan tidak esensial, sehingga fokus pertemuan pada pola motif UGT seperti kebutuhan informasi lowongan kerja, hiburan budaya Banyumasan, serta penguatan identitas lokal yang muncul dari pengalaman pengguna aktif.

2. Penyajian Data

Data hasil reduksi ditampilkan dalam bentuk narasi tematik, matriks, dan diagram alur untuk memperjelas temuan. Fokus penyajiannya terletak pada perbandingan gratifikasi serta analisis persepsi informan akun @infopurwokerto. Penyajian ini memvisualisasikan hubungan antara kebutuhan yang diperoleh pengguna dengan fitur Instagram seperti *Feed*, *Reels*, *Story*, dan fitur lainnya sehingga memudahkan pengenalan pola persepsi positif dan pengalaman bermakna dalam konteks komunitas Purwokerto.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Tahap akhir penelitian ini adalah penarikan kesimpulan melalui proses triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data. Kesimpulan tersebut menghubungkan temuan lapangan dengan teori *Uses and Gratifications* guna menjawab rumusan masalah. Fokus analisis diarahkan pada proses terbentuknya persepsi mengenai sumber informasi yang terpercaya serta munculnya pengalaman rasa terhubung dengan komunitas. Keduanya dianalisis berdasarkan keselarasan antara kebutuhan awal pengguna, harapan atau kebutuhan mereka terhadap akun @infopurwokerto, dan kepuasan yang akhirnya mereka peroleh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Akun Instagram @infopurwokerto
 - a. Transformasi @infopurwokerto dari Akun Pribadi menjadi Media Komunitas Profesional

Akun Instagram @infopurwokerto memiliki sejarah panjang yang mencerminkan evolusi media sosial lokal dari sekadar akun pribadi menjadi platform informasi komunitas terbesar di Purwokerto dan Kabupaten Banyumas. Akun ini pertama kali dibuat pada tahun 2014 oleh Irfan Bachtiar, seorang profesional marketing digital asli Purwokerto yang saat itu aktif di berbagai komunitas online dan proyek ekonomi kreatif. Pada masa awal, @infopurwokerto hanyalah akun pribadi biasa tanpa strategi konten khusus, berisi unggahan spontan seperti lowongan pekerjaan lokal, rekomendasi kuliner sederhana, dan informasi event kecil di sekitar Purwokerto. Namun, karena kesibukan Irfan di pekerjaan utama seperti di KASKUS Networks, akun ini sempat terlupakan dan tidak aktif sekitar dua tahun dari tahun 2014 hingga tahun 2016, dengan jumlah pengikut yang stagnan di bawah 1.000 orang, sehingga hampir punah sebelum berkembang.⁵⁸

Kebangkitan dramatis terjadi pada tahun 2016 ketika Irfan secara tidak sengaja menemukan kembali akun miliknya yang sempat terbengkalai, dan postingan pertama era baru ini adalah pengumuman lowongan pekerjaan di Rita Supermall Purwokerto yang langsung viral di kalangan pencari kerja lokal dan menarik ratusan interaksi. Momen ini menjadi titik balik bagi Irfan ketika ia menyadari betapa

⁵⁸ Febby Dianah Nur Azizah, *Manajemen Cyber Public Relations @infopurwokerto Dalam Membangun Kepercayaan Publik Di Media Sosial Instagram* (2025).

pentingnya akun informasi khususnya di daerah Purwokerto. Sebagai kota pendidikan yang menampung lebih dari 50.000 mahasiswa dari berbagai kampus seperti UMP, Unsoed, dan UNWIKU yang menjadikan kebutuhan akan informasi di kota ini sangatlah besar. Para mahasiswa dan warga lokal sangat memerlukan akses cepat untuk mendapatkan kabar terbaru seperti lowongan kerja, acara kampus atau daerah, tempat wisata, hingga informasi budaya lokal. Sejak saat itu, pengelolaan akun mengalami profesionalisasi melalui penerapan strategi SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) secara konsisten, yaitu:⁵⁹

- 1) *Share* : Mendistribusikan konten informatif berkualitas secara rutin.
- 2) *Optimize* : Optimalisasi algoritma melalui penjadwalan unggahan 3-5 kali sehari pada berbagai fitur Instagram (*Feed, Reels, Story*).
- 3) *Manage* : Manajemen verifikasi sumber untuk memitigasi penyebaran disinformasi (*hoax*).
- 4) *Engage* : Peningkatan interaksi dua arah melalui respons komentar dan *live streaming*.

Pada periode 2017 hingga 2018, akun ini bertransformasi menjadi media profesional dengan mitra resmi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Banyumas sebagai saluran literasi digital dan penyebaran informasi masyarakat, Peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik sehingga jumlah pengikut akun ini melonjak drastis, dari yang semula hanya 10.000 pada tahun 2017 menjadi 50.000 pada tahun 2018. Kemudian, puncak ledakan popularitas terjadi selama Pandemi COVID-19 pada tahun 2020-2021, di mana akun ini berfungsi sebagai sumber informasi krisis dan dukungan ekonomi bagi UMKM lokal, yang mendorong jumlah

⁵⁹ Destriana Wulan Ramadani, *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @infopurwokerto* (2023).

pengikut melampaui angka 200.000. Hingga Oktober 2025, @infopurwokerto telah mencapai posisi *market leader* dengan total 451.000 pengikut dan lebih dari 5.500 unggahan. Transformasi menjadi entitas *Cyber Public Relations* kian nyata dengan adanya ekspansi ke platform TikTok, website resmi, serta kerja sama sebagai *Official Partner* Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP). Pengelolaan akun kini didukung oleh tim profesional yang mencakup divisi strategi, operasional, hingga monetisasi ekonomi kreatif.⁶⁰

b. Visi dan Misi

Visi:

Mengoptimalkan peran media digital dengan mengembangkan potensi SDM dibidang teknologi digital guna dapat memberikan informasi yang informatif dan positif.

Misi:

- 1) Menciptakan konten yang informatif dan positif untuk dapat menciptakan masyarakat yang informatif.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan akademisi media digital untuk dapat mengembangkan potensi anak muda yang kreatif dalam bermedia digital.
- 3) Membuat jalinan kerja sama antara pihak satu dan lainnya guna mencapai tujuan program kerja sama dalam sistem marketing digital yang berkemajuan.
- 4) Menciptakan lahan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar agar dapat memberikan sebuah wadah kerja kreatif dan bermanfaat.⁶¹

⁶⁰ Indie Banyumas. *Irfan Bahtiar: Merangkai karier dari marketing hingga pemberdayaan ekonomi kreatif* (2023).

⁶¹ Wawancara pada Irfan Bahtiar Founder @infopurwokerto pada 25 September 2023

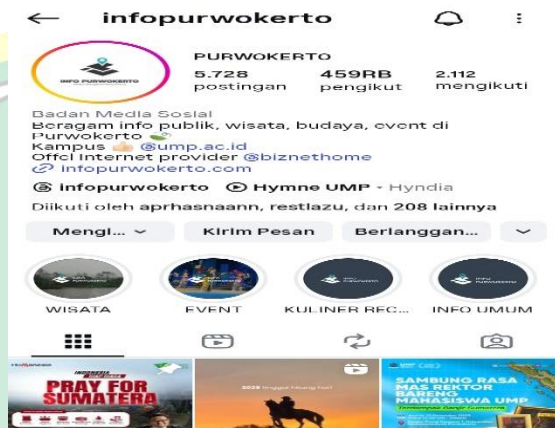
c. Profil

Nama Akun : @infopurwokerto

Founder : Irfan Bachtiar

Alamat : Jln. Gn. Slamet V No.132 Perum Purwosari Indah

Kontak Email : tanya@infopurwokerto.com⁶²



Gambar 4. 1: Profil Akun @infopurwokerto



Gambar 4. 2: Postingan dan fitur Instagram @infopurwokerto



Gambar 4. 3: Postingan dan fitur instagram @infopurwokerto

⁶² Wawancara pada Irfan Bachtiar Founder @infopurwokerto pada 25 September 2023

d. Logo



Gambar 4. 4: Logo Akun @infopurwokerto

2. Profil dan Karakteristik Informan Aktif @infopurwokerto

Berdasarkan hasil observasi dan pemilihan informan kunci, diperoleh profil 20 informan kunci yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini. Seluruh identitas informan disajikan dalam bentuk inisial guna mematuhi etika penelitian terkait kerahasiaan dan privasi partisipan (*confidentiality*). Karakteristik demografi dan pola interaksi dasar para informan dengan akun @infopurwokerto dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1: Karakteristik Informan

| No | Nama (inisial) | Usia | Jenis Kelamin | Pekerjaan | Lama Ikuti @infopurwokerto |
|----|----------------|------|---------------|--------------------|----------------------------|
| 1 | FF | 26 | P | Business Assistant | 2 tahun |
| 2 | AH | 25 | p | Apoteker | 1 tahun 5 bulan |
| 3 | DK | 28 | L | Wiraswasta | 6 tahun |
| 4 | ZM | 20 | p | Mahasiswa | 1 tahun |
| 5 | AF | 24 | L | (Tidak Bekerja) | 8 bulan |
| 6 | BN | 22 | L | Mahasiswa | 9 bulan |
| 7 | BA | 21 | L | Mahasiswa/Guru | 7 bulan |
| 8 | RD | 27 | P | Ibu Rumah Tangga | 5 bulan |
| 9 | AA | 21 | L | Mahasiswa | 2 bulan |
| 10 | ES | 29 | P | Guru | 1 bulan |
| 11 | LR | 24 | L | Mahasiswa | 4 bulan |
| 12 | DN | 22 | P | Mahasiswa | 7 bulan |

| No | Nama (inisial) | Usia | Jenis Kelamin | Pekerjaan | Lama Ikuti @infopurwokerto |
|----|----------------|------|---------------|------------------|----------------------------|
| 13 | RN | 29 | L | (Tidak Bekerja) | 2 bulan |
| 14 | NC | 31 | L | Ojek Online | 3 bulan |
| 15 | GA | 21 | P | Mahasiswa | 2 tahun |
| 16 | MF | 28 | P | Ibu Rumah Tangga | 8 bulan |
| 17 | DS | 27 | P | (Tidak Bekerja) | 1 tahun 7 bulan |
| 18 | RS | 22 | P | Kasir | 2 bulan |
| 19 | RA | 25 | L | (Tidak Bekerja) | 1 tahun 3 bulan |
| 20 | AY | 21 | P | Mahasiswa | 7 bulan |

Data demografi di atas merepresentasikan heterogenitas audiens @infopurwokerto di wilayah Purwokerto. Komposisi informan terdiri dari 12 perempuan dan 8 laki-laki dengan rentang usia produktif (20-31 tahun). Keragaman latar belakang profesiyang didominasi oleh kelompok mahasiswa, namun juga mencakup pekerja sektor informal (ojek online, kasir), profesional (apoteker, guru), hingga ibu rumah tangga menunjukkan bahwa jangkauan konten @infopurwokerto bersifat inklusif bagi berbagai lapisan masyarakat urban. Variasi durasi pengikut (*follower*) yang terbentang dari 1 bulan hingga 6 tahun memperkuat validitas data karena mencakup perspektif dari pengguna baru hingga pengguna loyal yang telah mengamati evolusi akun sejak lama.

3. Pemetaan Motif Penggunaan Media (*Gratifications Sought*) pada Masyarakat Purwokerto

Data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 20 informan kunci mengungkapkan berbagai motif dan pengalaman subjektif dalam mengonsumsi konten @infopurwokerto. Secara sistematis, peneliti merangkum narasi jawaban informan untuk memetakan kepuasan yang dicari (*Gratifications Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratifications Obtained*) sebagai berikut:

Tabel 4. 2: Ringkasan Hasil Wawancara Informan Berdasarkan Perspektif Pengguna

| Nama Informan (Inisial) | Narasi Temuan Wawancara (Poin Utama) | Klasifikasi Motif (Analisis Awal Peneliti) |
|-------------------------|--|--|
| FF | Memanfaatkan akun sebagai referensi harian untuk mencari akomodasi kuliner (Rumah Makan Lodeh Iwak Kali) dan objek wisata (Curug Juneng). | Kognitif: Pemenuhan kebutuhan informasi praktis. |
| AH | Menggunakan akun sebagai instrumen kontrol keamanan lokal; melakukan pelaporan kehilangan kendaraan dan memantau pembaruan situasi kamtibmas. | Afektif: Keamanan dan pemantauan lingkungan. |
| DK | Mengandalkan akun untuk pembaruan berita terkini (<i>real-time</i>) guna menghindari kendala mobilitas seperti penutupan jalan mendadak. | Kognitif: Efisiensi rutinitas harian melalui informasi cepat. |
| ZM | Melakukan interaksi dengan cara menandai (<i>tagging</i>) rekan pada unggahan acara/kuliner untuk memfasilitasi pertemuan tatap muka. | Integrasi Sosial: Mempererat hubungan melalui media sosial. |
| AF | Mencari inspirasi visual (estetika kota) sebagai referensi konten pribadi dan melakukan verifikasi lokasi foto secara langsung. | Integratif Pribadi: Kebutuhan estetika dan inspirasi konten. |
| BN | Menggunakan platform untuk meningkatkan <i>personal branding</i> dan <i>exposure</i> melalui kolaborasi konten (repost) yang berdampak pada peningkatan jumlah pengikut. | Integratif Pribadi: Peningkatan status dan harga diri (<i>self-esteem</i>). |
| BA | Menemukan ruang kolektif dengan individu yang memiliki minat yang sama (komunitas lari) melalui informasi <i>Skybridge Run 2025</i> . | Integrasi Sosial: Identitas komunitas dan keterikatan hobi. |

| Nama Informan (Inisial) | Narasi Temuan Wawancara (Poin Utama) | Klasifikasi Motif (Analisis Awal Peneliti) |
|-------------------------|--|---|
| RD | Memperoleh rujukan layanan teknis terpercaya (I-Moji Service) yang teruji secara harga dan kualitas garansi. | Kognitif: Pencarian solusi dan referensi kredibel. |
| AA | Menjadikan akun sebagai sarana pengisi waktu luang (<i>scrolling</i>) untuk mereduksi ketegangan setelah aktivitas akademik. | Pelepasan: Relaksasi dan manajemen waktu luang. |
| ES | Mendapatkan panduan wisata keluarga yang detail (Baturraden) mencakup rute, estimasi tiket, dan jam operasional. | Kognitif: Panduan pengambilan keputusan konsumsi. |
| LR | Berppartisipasi dalam kegiatan kolektif fisik (Nobar Timnas di Alun-alun) dan bergabung dalam komunitas informasi sepak bola lokal. | Integrasi Sosial: Hubungan sosial dan kebersamaan komunitas. |
| DN | Memperoleh akses informasi akurat mengenai pelestarian budaya lokal (Festival Kenthongan) yang memperkuat pemahaman budaya Banyumasan. | Kognitif: Pengetahuan budaya dan kepuasan estetik. |
| RN | Menggunakan akun sebagai sarana adaptasi lingkungan sebagai perantau baru, terutama dalam mencari insentif ekonomi (promo makanan). | Kognitif: Adaptasi lingkungan dan manfaat ekonomi. |
| NC | Memanfaatkan informasi mitigasi bencana (banjir di Jl. Gatot Subroto) untuk pengambilan keputusan rute kerja demi keselamatan penumpang. | Kognitif: Pengambilan keputusan berbasis data darurat. |
| GA | Menemukan destinasi relaksasi (<i>Coffee Shop</i>) untuk memulihkan | Pelepasan: Kebutuhan afektif dan <i>healing</i> . |

| Nama Informan (Inisial) | Narasi Temuan Wawancara (Poin Utama) | Klasifikasi Motif (Analisis Awal Peneliti) |
|-------------------------|---|--|
| | <i>mood</i> setelah tekanan ujian semester (<i>stress release</i>). | |
| MF | Memperoleh informasi nostalgia dan pembaruan operasional pusat perbelanjaan lokal (Expo Exmoro) sebagai alternatif sumber berita utama. | Kognitif: Pemenuhan rasa ingin tahu dan memori lokal. |
| DS | Merasakan emosi positif (bangga dan terhibur) saat melihat representasi budaya Banyumas (Tari Pacu Jalur) di tingkat nasional. | Afektif: Penguatan identitas lokal dan kebanggaan daerah. |
| RS | Mengakses akun sebagai media <i>refreshing</i> pikiran melalui konten-konten yang bersifat ringan dan informatif. | Pelepasan: Pengalihan dari rutinitas harian. |
| RA | Memperoleh informasi baru yang belum pernah dirasakan sebelumnya (Wahana Rumah Hantu <i>Drive Thru</i>). | Kognitif: Pencarian sensasi dan pengalaman baru. |
| AY | Memperoleh motivasi berkarya dan penguatan <i>branding</i> melalui fitur <i>repost</i> konten keindahan alam Baturraden. | Integratif Pribadi: Motivasi diri dan pengakuan publik. |

4. Gambaran Kepuasan yang Diperoleh (*Gratifications Obtained*) melalui Fitur-Fitur Instagram

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, peneliti melakukan klasifikasi terhadap data kualitatif guna membedah motif penggunaan media atau *Gratifications Sought* (GS) dan tingkat kepuasan yang diperoleh atau *Gratifications Obtained* (GO) oleh masyarakat Purwokerto. Data tersebut dikategorikan ke dalam lima dimensi kebutuhan utama menurut teori *Uses and Gratifications* yaitu, kognitif, afektif, integratif pribadi, sosial-integratif, dan pelepasan.

a. Kebutuhan Kognitif

Indikator utama dalam kategori ini tercermin ketika informan menyatakan bahwa mereka menggunakan akun media sosial untuk memperoleh informasi faktual, data konkret, atau pengetahuan praktis yang dapat diterapkan dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Indikator utama meliputi kata-kata seperti "mencari informasi", "memeriksa jadwal", "mengetahui update", "mengikuti berita", "rekomendasi", atau "peta lokasi".

Tabel 4. 3: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Kognitif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|--|---|--|--|
| FF | Mencari rekomendasi tempat makan, lowongan kerja, atau acara di Purwokerto | Mendapat ide dan referensi yang bisa langsung digunakan dalam kehidupan sehari-hari | Akun yang membantu dalam mencari referensi lokal Purwokerto | Berhasil menemukan tempat wisata dan kuliner Curug Juneng & Rumah Makan Lodeh Iwak Kali melalui akun |
| DK | Mencari berita terkini dan aktual tentang Purwokerto | Merasa selalu up-to-date dan tidak ketinggalan informasi penting seputar Purwokerto | Dianggap sebagai portal berita cepat dan relevan di Purwokerto | Mendapat informasi penutupan jalan mendadak yang menyelamatkan dari kemacetan |
| RD | Mencari layanan informasi HP dan teknisi | Mendapatkan rekomendasi layanan iPhone | Sumber info teknisi HP yang update & kredibel | Mendapatkan layanan I-Moji Service iPhone 12 baterai |

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|--|---|---|---|
| | terpercaya di Purwokerto | lengkap garansi & harga murah | | Rp350rb garansi 1 tahun |
| ES | Mencari informasi keindahan Baturraden dan spot foto tersembunyi | Mendapatkan panduan wisata lengkap rute, tiket, & jam buka | Pemandu wisata Baturraden cukup detail | Dapat info air terjun Telaga Sunyi Baturraden untuk piknik keluarga |
| DN | Mencari informasi Festival Kenthongan Agustus di Purwokerto | Mendapat jadwal lengkap 23 Agustus rute Alun-alun ke Pasar Wage jam 19.00 | Pengumuman acara budaya Banyumas paling akurat | Dapat spot nonton enak, lihat Grup Garuda Mas Rawalo juara 1 |
| RN | Mencari informasi makanan lokal, promo kuliner, dan hiburan sehari-hari sebagai perantau baru | Dapatkan diskon hemat dan referensi kuliner yang langsung bisa dicoba | Akun terpercaya yang menjadi teman asik saat scroll | Promo nasi bebek Rp19rb (harga asli Rp29rb) melalui postingan akun |
| NC | Mencari update situasi banjir dan kemacetan sekitar Unsoed Jl. Gatot Subroto sebagai ojek online | Mendapatkan rute alternatif aman demi kenyamanan penumpang | Sumber informasi keselamatan lalu lintas yang patut disyukuri | Menghindari banjir dan kemacetan Jl. Gatot Subroto Unsoed kemarin |

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|---|---|--|---|
| MF | Mencari informasi event terkini dan kegiatan terbaru Purwokerto sebagai pengunjung moro | Mendapatkan jadwal tepat waktu yang memuaskan untuk acara favorit | Akun alternatif yang memuaskan untuk info terkini Purwokerto | Mengetahui pembukaan Expo Exmoro 20 Desember 2025 melalui beranda |
| RA | Mencari informasi wahana hiburan dan pengalaman baru di Purwokerto | Mendapatkan kesempatan merasakan hal unik dan pengalaman baru lokal | Sumber info pengalaman unik yang memfasilitasi petualangan | Ikut Wahana Rumah Hantu Drive Thru IndoGrosir akhir Juli |

Dalam penelitian kualitatif ini, kebutuhan kognitif muncul dominan pada informan FF, DK, RD, ES, DN, RN, NC, MF, RA yang secara konsisten menggambarkan akun @infopurwokerto sebagai sumber informasi faktual praktis untuk pengambilan keputusan sehari-hari, seperti rekomendasi kuliner Curug Juneng, update banjir Jl. Gatot Subroto, hingga jadwal Festival Kenthongan dan Expo Exmoro, di mana gratifikasi diperoleh melalui pengetahuan actionable yang membuat informan merasa up-to-date dan efisien dalam rutinitas lokal Purwokerto.

b. **Kebutuhan Afektif**

Indikator ini muncul ketika informan menekankan dampak emosional dari penggunaan media, di mana konten tidak hanya menyediakan informasi tetapi juga memengaruhi kondisi perasaan

seperti ketenangan, rasa aman, atau kelegaan batin. Indikator spesifik mencakup ungkapan seperti "merasa tenang", "merasa aman", "mengurangi kekhawatiran", "lega", atau "panik berkurang", dengan penekanan pada perubahan suasana hati sebelum dan sesudah mengonsumsi konten. Fokus utama adalah pengalaman subjektif emosi, bukan nilai informasional konten itu sendiri.

Tabel 4. 4: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Afektif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|--|--|--|--|
| AH | Mencari informasi tentang keamanan, kriminalitas, atau perubahan tata kota | Merasa lebih aman dan waspada terhadap lingkungan sekitar | Di anggap sebagai alat kontrol dan pengawasan yang efektif | Pernah melaporkan kejadian pencurian motor di lingkungan sekitar, postingan cepat direspon |
| DS | Mencari berita prestasi dan kebanggaan daerah Banyumas di luar Purwokerto | Mendapatkan rasa bangga dan hiburan emosional sebagai warga Banyumas | Akun keren yang memberikan informasi memuaskan dan menghibur | Bangga lihat penari Banyumas pacu jalur tampil di Istana 17 Agustus |

Penelitian kualitatif mengungkap kebutuhan afektif pada informan AH dan DS yang memanfaatkan akun untuk penguatan emosi positif, seperti rasa aman dari laporan pencurian motor dan kebanggaan warga Banyumas atas prestasi penari jalur di Istana Negara, dengan

gratifikasi utama berupa ketenangan batin dan hiburan emosional yang menegaskan peran sebagai akun pengawas lingkungan serta pembangkit identitas.

c. Kebutuhan Integratif Pribadi

Indikatornya adalah pernyataan yang menunjukkan upaya penguatan identitas, kepercayaan diri, dan status. Cari jawaban yang menyinggung tentang "menunjukkan siapa diri saya", "membangun citra", "merasa lebih percaya diri", atau "mendapatkan validasi". Hal ini sering muncul pada perilaku membagikan konten yang mencerminkan nilai-nilai pribadi mereka atau menggunakan media untuk terlihat lebih kompeten dan kredibel di mata orang lain.

Tabel 4. 5: Ringkasan Hasil Wawancara Kebutuhan Integratif Pribadi berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|---|---|--|--|
| AF | Mencari estetika foto atau video tentang sudut kota yang menarik untuk diunggah | Mendapat ide konten bagus untuk akun pribadinya | Akun yang menyajikan keindahan Purwokerto dari berbagai sisi | Mengunjungi lokasi foto yang diunggah hanya untuk mengambil foto yang sama |
| BN | Promosi konten pribadi dengan men-tag atau membuat postingan | Meningkatkan harga diri dan status sebagai influencer lokal melalui repost kolaborasi | Platform kolaborasi yang kredibel untuk pembuat konten | Tag di postingan wisata dapat repost resmi, follower naik 50 pengikut |

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|----------------|--|--|---|--|
| | bersama akun | | | |
| AY | Mencari informasi keindahan alam Baturraden untuk konten postingan pribadi | Repost, peningkatan follower, dan branding konten lebih baik | Platform repost kredibel yang memotivasi pembuat konten | Followers naik dan semangat bikin konten setelah sering direpost |

Temuan kualitatif menunjukkan kebutuhan pribadi-integratif pada informan AF, BN, AY yang memanfaatkan konten estetika Baturraden dan kolaborasi repost untuk meningkatkan personal branding, di mana gratifikasi diperoleh melalui peningkatan pengikut 50 pengikut serta motivasi konten, mencerminkan akun sebagai platform kredibel untuk memperkuat status diri sebagai influencer lokal.

d. Kebutuhan Sosial-Integratif

Indikator ini terlihat ketika informan menghubungkan penggunaan media dengan interaksi dan hubungan dengan orang lain. Kata kunci yang muncul biasanya berupa "ngobrol dengan teman", "supaya tidak ketinggalan tren di grup", "berinteraksi", atau "merasa punya teman". Data ini menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai alat integrasi sosial, baik sebagai bahan pembicaraan (*social currency*) maupun sebagai sarana untuk merasa menjadi bagian dari suatu komunitas.

Tabel 4. 6: Ringkasan Hasil Wawancara kebutuhan sosial-integratif berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|---|---|---|--|
| ZM | Menggunakan akun untuk menandai (tag) teman-teman pada postingan yang relevan | Membangun interaksi positif dengan teman melalui konten bersama | Akun yang mempermudah berbagi informasi dengan hashtag pertemanan | Sering menandai teman di postingan kuliner atau acara janji-janji bertemu |
| BA | Mencari pengakuan atau informasi yang memperkuat komunitas hobinya | Merasa satu frekuensi dengan pengguna lain yang memiliki minat serupa | Akun yang mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama | Mengetahui jadwal acara Running Menara Pandang Skybridge Run HUT KAI ke-80 |
| LR | Mencari informasi nonton bareng sepak bola Timnas di Alun-alun Purwokerto | Mendapat jadwal lengkap, lokasi LED, & persiapan hadir | Pengumuman event olahraga kota yang terpercaya | Ikut nobar Timnas vs Irak di Alun-alun dengan 1000 orang |

Analisis kualitatif identifikasi kebutuhan sosial-integratif pada informan ZM, BA, LR yang menggunakan akun untuk fasilitasi interaksi kelompok, seperti menandai teman acara kuliner, pengumpulan komunitas yang menjalankan Skybridge Run, dan nobar

Timnas 1000 orang di Alun-alun, menghasilkan gratifikasi koneksi sosial dan rasa kebersamaan melalui pengumuman acara akurat.

e. **Kebutuhan Pelepasan**

Indikator ini berkaitan dengan eskapisme, pengalihan perhatian, dan relaksasi. Hasil data wawancara bisa diklasifikasikan jawaban ke kategori ini jika informan mengungkapkan alasan seperti "untuk membunuh waktu", "bosan", "ingin melupakan masalah sejenak", atau "istirahat dari rutinitas". Di sini, media digunakan sebagai alat untuk melepaskan tekanan atau sekadar mengisi waktu luang tanpa tujuan intelektual maupun sosial yang mendalam.

Tabel 4. 7: Ringkasan Hasil Wawancara kebutuhan pelepasan berdasarkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|-----------------------|---|---|---|--|
| AA | Hanya iseng mengikuti akun sambil menggulir timeline | Isi waktu luang tanpa mikir berat, bikin santai | Konten ringan untuk dibaca scroll malam | Scroll reels barangkali menemukan info Purwokerto sambil melepas penat setelah kuliah. |
| GA | Mencari coffee shop murah dekat Unsoed untuk healing setelah ujian malam hari | Penghematan biaya, mood fresh, spot foto estetika untuk relaksasi | Sahabat rute penyembuhan kuliah yang santai | Hemat Rp10rb kopi enak + foto sunset di coffee shop melalui akun. |
| RS | Mencari info event Purwokerto sekaligus bahan scroll | Mendapatkan hiburan ringan dan penyegaran pikiran dari | Sumber hiburan dan menyegarkan pikiran | Terhibur dan pikiran refresh setelah scroll info event. |

| Nama (inisial) | Uses (Apa yang Dicari) | Gratifikasi (Apa yang Diperoleh) | Persepsi Akun | Pengalaman Khusus |
|----------------|------------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------|
| | media sosial biasa | informasi yang didapat. | melalui scroll. | |

Dari perspektif kualitatif, pelepasan kebutuhan terlihat pada informan AA, GA, RS yang mengonsumsi konten secara pasif untuk relaksasi, seperti scroll santai setelah kuliah, healing coffee shop hemat Rp10rb, dan refresh pikiran dari info event, dengan gratifikasi berupa pengalihan stres dan pengisian waktu luang tanpa tujuan produktif.

B. Pembahasan Penelitian

1. Analisis Karakteristik Informan dan Motif Penggunaan Media

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan penelitian berasal dari latar belakang demografi yang heterogen, mencakup rentang usia 20-31 tahun dengan beragam profesi seperti pelajar, pekerja informal (ojek online), dan ibu rumah tangga. Karakteristik ini menggambarkan bahwa akun @infopurwokerto menjadi sumber informasi lokal yang relevan bagi berbagai segmen masyarakat Purwokerto, melampaui batas demografi tertentu. Durasi mengikuti akun yang bervariasi antara 1 bulan hingga 6 tahun menunjukkan tingkat loyalitas dan kepercayaan yang terbentuk secara bertahap terhadap kredibilitas konten yang disajikan.

Heterogenitas informan ini sejalan dengan asumsi dasar teori *Uses and Gratifications* (UGT) bahwa audiens merupakan pengguna media yang aktif dan sadar dalam memilih platform untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Motif penggunaan akun @infopurwokerto mencakup kebutuhan kognitif (informasi praktis seperti lowongan kerja dan event lokal), afektif (hiburan melalui reels budaya Banyumasan), serta sosial (interaksi komunitas melalui komentar dan *story reply*). Motif keberagaman ini memperkuat posisi akun sebagai ekosistem informasi digital yang efektif memenuhi kepuasan yang dicari dari berbagai kalangan Masyarakat Purwokerto.

2. Integrasi Teori *Uses and Gratifications* dalam Konsumsi Konten @infopurwokerto

Berdasarkan analisis terhadap 20 informan kunci, ditemukan bahwa penggunaan akun @infopurwokerto mencakup lima dimensi kebutuhan utama dalam teori UGT:

a. Kebutuhan Kognitif sebagai Motif Dominan

Temuan penelitian mengonfirmasi bahwa mayoritas informan (seperti FF, DK, dan NC) menggunakan akun ini untuk memperoleh informasi faktual yang bersifat *actionable*. Akun ini berfungsi sebagai alat bantu pengambilan keputusan harian, mulai dari menghindari kemacetan/banjir hingga mencari layanan teknis yang kredibel. Keberhasilan informan dalam memperoleh informasi spesifik seperti promo kuliner atau rute alternatif ojek online menunjukkan bahwa gratifikasi yang diperoleh (*Gratifications Obtained*) selaras dengan motif pencarian informasi (*Gratifications Sought*).

b. Kebutuhan Afektif dan Keamanan

Dimensi afektif muncul secara unik pada informan yang mencari rasa aman dan kebanggaan identitas. Informan AH, misalnya, menggunakan akun ini sebagai alat kontrol sosial untuk memantau keamanan lingkungan, sementara informan DS merasakan kepuasan emosional melalui konten prestasi daerah. Hal ini menunjukkan bahwa @infopurwokerto tidak hanya sekadar portal berita, tetapi juga berperan dalam memperkuat ikatan emosional dan identitas kolektif masyarakat Banyumas.

c. Integratif Pribadi dan Sosial

Penelitian ini mengungkap peran akun sebagai platform "panggung" bagi *influencer* lokal atau pembuat konten (AF, BN, AY) untuk meningkatkan personal branding. Melalui fitur *repost* dan kolaborasi, informan mendapatkan validasi sosial dan peningkatan status digital. Di sisi lain, kebutuhan sosial-integratif terpenuhi ketika konten akun menjadi *social currency* atau bahan interaksi antar-

individu, seperti aksi menandai (*tagging*) teman untuk janji bertemu atau berpartisipasi dalam acara komunitas skala besar seperti "Skybridge Run" dan nonton bareng Timnas Indonesia.

d. Pelepasan (Eskapisme) dan Relaksasi

Terakhir, bagi kelompok informan mahasiswa atau pekerja (AA, GA, RS), akun @infopurwokerto berfungsi sebagai sarana eskapisme ringan. Aktivitas *scrolling* tanpa tujuan intelektual yang mendalam terbukti memberikan efek relaksasi dan pengalihan stres setelah rutinitas kuliah. Gratifikasi berupa kesenangan visual dan hiburan ringan ini melengkapi fungsi informatif akun, menjadikannya "sahabat rute penyembuhan" (*healing*) yang efektif bagi penggunanya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai persepsi serta pengalaman masyarakat Purwokerto dalam mengikuti akun Instagram @infopurwokerto, penelitian ini menyimpulkan bahwa akun tersebut telah menjadi instrumen informasi digital yang sangat vital bagi masyarakat lokal. Hal ini dibuktikan melalui karakteristik informan yang sangat heterogen, mencakup kelompok usia produktif 20 hingga 31 tahun dengan latar belakang profesi yang beragam, mulai dari mahasiswa, pekerja sektor informal seperti ojek online dan kasir, hingga ibu rumah tangga. Keberagaman demografis ini mengindikasikan bahwa @infopurwokerto berhasil menjangkau berbagai lapisan sosial dan membangun loyalitas pengguna yang kuat, di mana sebagian besar informan telah mengikuti akun tersebut dalam kurun waktu bulanan hingga enam tahun secara konsisten.

Persepsi dan pengalaman masyarakat dalam berinteraksi dengan @infopurwokerto secara komprehensif telah memenuhi lima dimensi kebutuhan dalam teori *Uses and Gratifications*. Secara kognitif, informan mempersepsikan akun ini sebagai sumber informasi faktual yang *actionable* dan krusial untuk pengambilan keputusan sehari-hari, seperti pemantauan situasi banjir, jadwal acara budaya, hingga rekomendasi kuliner. Dalam dimensi afektif, penggunaan akun ini memberikan pengalaman emosional berupa rasa aman melalui pemantauan info keamanan serta rasa bangga terhadap identitas daerah Banyumas. Selain itu, akun ini berfungsi sebagai media Integratif Pribadi dan sosial, di mana pengguna mendapatkan validasi status melalui fitur kolaborasi/repost serta menjadikannya sebagai alat untuk mempererat interaksi dengan rekan maupun komunitas lokal secara luring.

Lebih lanjut, akun @infopurwokerto juga memberikan pengalaman pelepasan atau eskapisme bagi penggunanya melalui konten-konten ringan yang menghibur untuk mereduksi stres di sela-sela rutinitas. Keselarasan yang

ditemukan antara motif pencarian informasi masyarakat (*Gratifications Sought*) dengan kepuasan nyata yang diperoleh (*Gratifications Obtained*) menunjukkan bahwa @infopurwokerto bukan sekadar platform media sosial, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang publik digital yang kredibel dan andal. Keberhasilan ini mempertegas peran media lokal dalam memenuhi kebutuhan informasi yang spesifik sekaligus memperkuat kohesi sosial di tengah dinamika masyarakat urban Purwokerto.

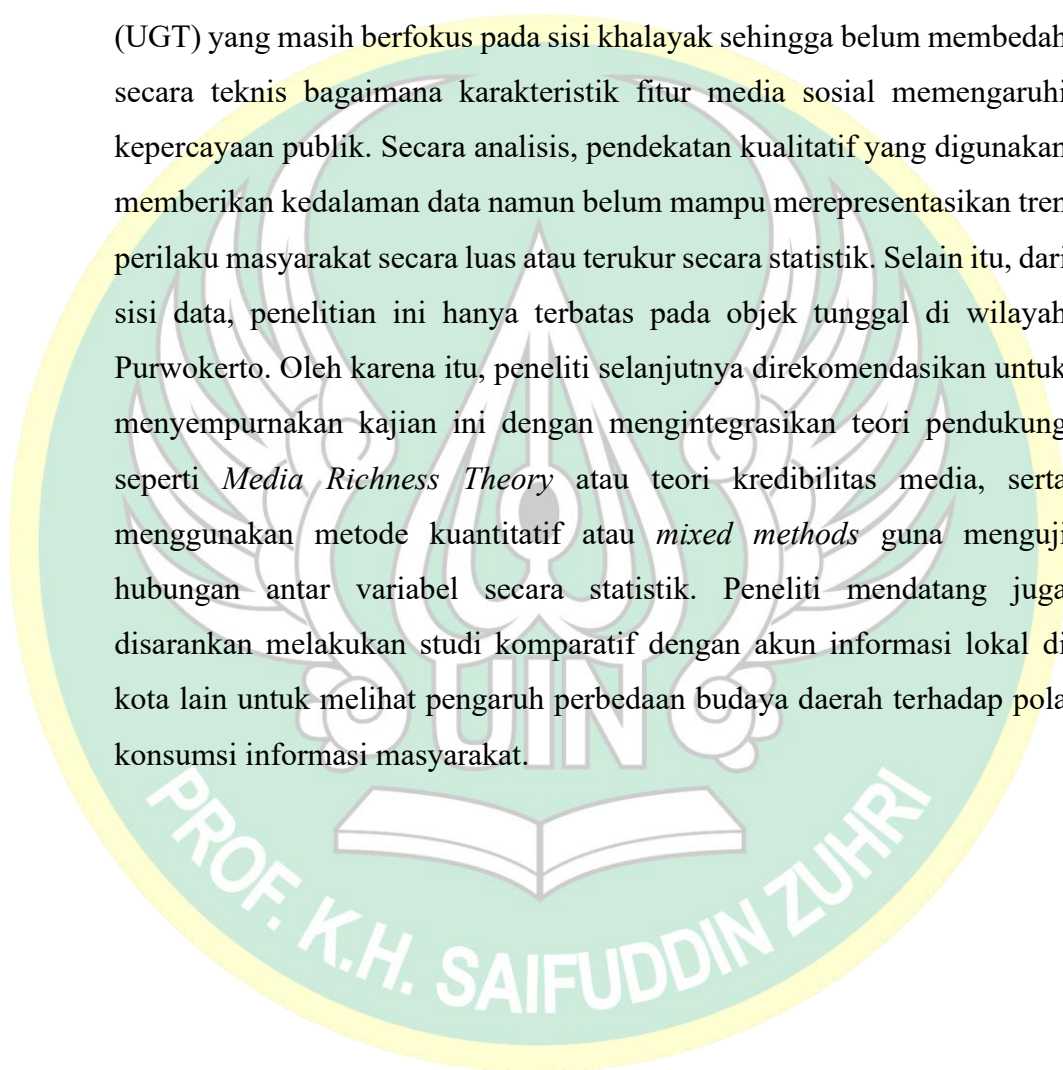
B. Saran

Berdasarkan hasil analisis UGT terhadap persepsi dan pengalaman pengikut akun @infopurwokerto, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Akun @infopurwokerto, Pihak pengelola disarankan untuk terus melakukan inovasi dan penguatan pada sistem kurasi konten, terutama dalam memverifikasi informasi yang bersumber dari laporan masyarakat (*user-generated content*) guna meminimalkan risiko disinformasi dan menjaga kredibilitas akun yang telah dibangun. Mengingat adanya kebutuhan masyarakat akan aspek pelepasan (*escape*), pengelola diharapkan tetap konsisten dalam memproduksi konten yang bersifat menghibur dan relaksatif, serta lebih optimal dalam memanfaatkan fitur interaktif Instagram untuk membangun komunikasi dua arah. Hal ini penting dilakukan guna mempertahankan loyalitas pengikut dan memperkuat ikatan emosional antara akun @infopurwokerto dengan audiensnya di wilayah Kabupaten Banyumas.
2. Bagi Masyarakat dan Pengguna Media Sosial, Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan literasi media dengan bersikap lebih kritis dan bijak dalam menyaring setiap informasi yang beredar, terutama terkait isu-isu sensitif yang menyangkut keamanan dan transaksi ekonomi. Pengguna disarankan untuk tidak hanya memposisikan diri sebagai konsumen informasi yang pasif, tetapi juga mampu mentransformasikan platform @infopurwokerto sebagai ruang kolaborasi digital yang positif. Hal ini

dapat diwujudkan dengan aktif berpartisipasi dalam mempromosikan potensi lokal serta membangun komunikasi yang sehat antarwarga guna mempererat solidaritas sosial di lingkungan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, terutama dari sisi penggunaan teori *Uses and Gratifications* (UGT) yang masih berfokus pada sisi khalayak sehingga belum membedah secara teknis bagaimana karakteristik fitur media sosial memengaruhi kepercayaan publik. Secara analisis, pendekatan kualitatif yang digunakan memberikan kedalaman data namun belum mampu merepresentasikan tren perilaku masyarakat secara luas atau terukur secara statistik. Selain itu, dari sisi data, penelitian ini hanya terbatas pada objek tunggal di wilayah Purwokerto. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk menyempurnakan kajian ini dengan mengintegrasikan teori pendukung seperti *Media Richness Theory* atau teori kredibilitas media, serta menggunakan metode kuantitatif atau *mixed methods* guna menguji hubungan antar variabel secara statistik. Peneliti mendatang juga disarankan melakukan studi komparatif dengan akun informasi lokal di kota lain untuk melihat pengaruh perbedaan budaya daerah terhadap pola konsumsi informasi masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Adistri, N., dan A. A. Rusman. "Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 8, no. 2 (2024): 103-116.

Agustine, Gitania Kencana, dkk. "Perspektif Anggota Kim Kalurahan pada Akun Instagram @Desa_Ngalang dalam Memberikan Informasi." *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (JMAN)* 8, no. 1 (2024): 10-22.

Aprilyanto, Z. N., dan L. Nurrachmad. "Persepsi Dan Motivasi Pengikut Akun Instagram @pssijateng Terhadap Konten Sepakbola Jawa Tengah." *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha* 13, no. 1 (2025): 19-26.

Azizah, Febby Dianah Nur. "Manajemen Cyber Public Relations @infopurwokerto Dalam Membangun Kepercayaan Publik Di Media Sosial Instagram." Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025.

Banyumas, Indie. "Irfan Bahtiar: Merangkai Karier dari Marketing hingga Pemberdayaan Ekonomi Kreatif." *Indie Banyumas*, 13 Mei 2023. <https://indiebanyumas.com/irfan-bahtiar-merangkai-karier/>.

Delyani, G. N. "Metode Pengumpulan Data Sekunder, Bisakah Menggunakan Apa Saja?" *DQLab*, 15 Juni 2021. <https://dqqlab.id/metode-pengumpulan-data-sekunder>.

Devito, Joseph A. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group, 2018.

Dhona, H. R. "Representasi Pariwisata Purwokerto di Instagram: Studi Analisis Isi pada Akun Instagram @Instapurwokerto." *Jurnal Komunikasi* 14, no. 1 (2020): 45-58.

Dwinanda, M. V. "Pengalaman Remaja Kelas Menengah Bawah Dalam Menggunakan Sosial Media Instagram Dan Kaitannya Dengan Kepercayaan Diri." Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2022.

Fadhilah, N., dan D. Yulianita. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi: Studi Kasus pada Instagram @dsdabmkotabdg." *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM)* 15, no. 2 (2023): 112-125.

Hasbullah, Nadifa Zahra, dkk. "Pengaruh Konten Komunikasi Instagram @studiodjiwa Terhadap Persepsi Pengikut Dalam Meningkatkan Kesadaran Kesehatan Mental." *Sosmaniora (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora)* 4, no. 3 (2025). <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i3.5365>.

Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Medan: Universitas Medan Area, 2022.

Hasibuan, E. J., dan A. Auza. "Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap Etika Kritik di Ruang Publik Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @Medantalk)." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 8, no. 2 (2023): 140-152.

Jantidijanto, D. S. "Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Image: Studi Deskriptif pada Akun Media Sosial Instagram @gvfi_id." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2023.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). "Definisi Pengalaman." Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Diakses Oktober 2025. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengalaman>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). "Persepsi." Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Diakses Oktober 2025. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/persepsi>.

Karunia, H., N. Ashri, dan I. Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92-104.

Katjong, R. W. "Pelatihan Sistematis Penulisan Skripsi Himpunan Mahasiswa dan Pemuda (HPMP) Penggema Kota Jayapura." *Jurnal Pelayanan Sosial* 1, no. 9 (2024): 1143-1148.

Latif, H. D. *Media Baru dan Dakwah*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2024.

Mahyuzar, H. "Pengaruh Identitas Sosial, Persepsi Nilai, dan Aktivitas Pemasaran Media Sosial dalam Kepuasan Netizen (Studi Empiris pada Pengguna Instagram dan Facebook)." Disertasi Doktor, Universitas Islam Indonesia, 2020.

Mannayong, J., dan M. Faisal. "Transformasi Digital dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik yang Lebih Aktif." *Jurnal Administrasi Publik* 20, no. 1 (2024): 53-75.

Mauldiiyanti, Mareta, dkk. "Persepsi Dan Sikap Publik Terhadap Akun Instagram Institusi Pendidikan Sebagai Sumber Informasi Terpercaya." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022): 88-101.

Maulidah, N. S., E. E. R. Zahira, E. Meilina, H. I. Rachma, dan R. Sugiarti. "Konsultasi Online pada Aplikasi Telemedis di Kalangan Remaja di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Psikologi Konseling* 20, no. 1 (2022): 1245-1258.

Mewengkang, R. G., H. D. Sulistyani, dan L. R. Rahmiaji. "Memahami Pengalaman Perempuan dalam Penggunaan Augmented Reality Beauty Filter pada Platform Instagram." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 988-1004.

Murti, M. F. "Penggunaan Media Sosial Facebook sebagai Media Informasi oleh Pemerintah Desa Karapedes Kabupaten Purakarta (Studi Deskriptif Kualitatif

pada Akun Facebook Kiarapedes Reueus).” Skripsi, Universitas Sangga Buana YPKP, 2024.

Pratama, L. B., W. A. Putra, A. Putra, dan D. Amalia. “Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Klarifikasi Isu Rangka Karatan Kendaraan Motor Honda Pada Akun Instagram @welovehonda.” *Innovative: Journal of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 3306-3317.

Putri, S. A., dan A. O. P. Dewi. “Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi.” *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 7, no. 2 (2023): 275-286.

Qomaruddin, Q., dan H. Sa'diyah. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77-84.

Rahmad, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.

Ramadani, Destriana Wulan. “Strategi Pengelolaan Akun Instagram @infopurwokerto.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.

Rantona, S., O. Solihin, dan A. Z. Abdullah. “Digitalisasi Komunikasi: Dinamika Teori dan Transformasi di Era Digital.” *Mimbar Administrasi* 21, no. 1 (2024): 407-419.

Riesardhy, A. W., dan F. A. Herawati. “Kompetisi Stasiun Televisi Swasta Nasional Berdasarkan Arah Keunggulan dan Besaran Keunggulan.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2012): 12-25.

Rohmah, H., W. R. Afida, N. A. Faqih, dan A. A. Qalban. “Persepsi Netizen Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Instagram Sebagai Media Dakwah Studi Akun Instagram @Basyasman.” *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa* 5, no. 2 (2024): 287-295.

Romdona, S., S. S. Junista, dan A. Gunawan. “Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner.” *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik* 3, no. 1 (2025): 39-47.

Rukajat, A. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Sarosa, S. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pt Kanisius, 2021.

Siwi. *Observasi atau Observasi Partisipasi dalam Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2021.

Sumargo, B. *Teknik Sampling*. Jakarta: UNJ Press, 2020.

Supriati, D. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Suradji, Jonathan Andreas. "Persepsi Dan Pengalaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Mengenai Akun Instagram @Abouttng Dalam Kebutuhan Informasi." Skripsi, Universitas Buddhi Dharma Tangerang, 2024.

Suwignyo, H. L. S. "Kategorisasi dan Metafora Konseptual Pengalaman dalam Bahasa Indonesia." *Linguistik Indonesia* 43, no. 1 (2025): 15-30.

Tsaabita, F., dan K. D. Dwivayani. "Persepsi Tenaga Honorer terhadap Video Reels Instagram Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur Pada Isu Penghapusan Tenaga Honorer." *eJournal Ilmu Komunikasi* 11, no. 4 (2023): 128-142.

Wakas, J. E., dan M. B. N. Wulage. "Analisis Teori Uses and Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen pada Media Sosial TikTok." *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen* 1, no. 1 (2021): 25-44.

Waruwu, M. "Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan." *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan* 5, no. 2 (2024): 198-211.

Wulandah, S. "Fenomena Cyberbullying: Krisis Etika Komunikasi Netizen pada Media Sosial Instagram." *Jurnal Analisa Sosiologi* 12, no. 2 (2023): 387-409.

Wulandaria, N., dan Y. A. Widyaningsiha. "Analisis Persepsi Dan Sentimen Wisatawan Dalam Instagram Sebagai Masukan Pengembangan Pantai Klayar Kabupaten Pacitan." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 11, no. 1 (2023): 15-23.

Yarisda, Viona Putri, Sarmiati Sarmiati, dan Elva Ronaning Roem. "Pengalaman Pegawai Mengelola Cyber PR Pada Diskominfo Kota Padang." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, no. 3 (2022): 382-390. <https://doi.org/10.29210/30031990000>.

Yona, S. "Penyusunan Studi Kasus." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 2 (2023): 76-80.

Yulizha, Firda A. "Pemetaan Penggunaan Teknologi Informasi Komunikasi Pada Peserta Didik Kelas Tinggi dengan Menggunakan Pendekatan *Uses And Gratification Theory* di Sekolah Dasar." Disertasi Doktor, Universitas Jambi, 2023.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara

Pertanyaan pokok untuk penelitian "Persepsi dan Pengalaman Masyarakat Purwokerto dalam Mengikuti Akun @infopurwokerto di Instagram" berdasarkan Teori *Uses and Gratifications* (UGT).

1. Nama (Inisial Informan)

- Siapa nama lengkap Anda?

2. Uses (Gratifikasi yang Dicari/*Sought*)

- Apa motif utama Anda mengikuti akun @infopurwokerto? (Kognitif: info event/lowongan; Afektif: hiburan reels; Sosial: interaksi komunitas)
- Kebutuhan apa yang ingin Anda penuhi dari konten @infopurwokerto dibanding media lain?

3. Gratifikasi (Gratifikasi yang Diperoleh/*Obtained*)

- Apakah kepuasan yang Anda dapatkan sesuai harapan?
- Bagaimana konten @infopurwokerto memengaruhi rutinitas harian Anda?

4. Persepsi Akun

- Bagaimana persepsi Anda terhadap kredibilitas @infopurwokerto dibanding akun lokal lainnya?
- Apa kelebihan utama akun ini menurut Anda?

5. Pengalaman Khusus

- Ceritakan pengalaman spesifik menggunakan info dari akun ini
- Bagaimana interaksi (komentar/*story reply*) membentuk rasa kebersamaan Purwokerto/Banyumasan?

Lampiran 3: Transkrip Wawancara Informan

A. Informan: FF (26, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| "Halo Mbak FF, makasih sudah meluangkan waktunya. Kita langsung saja ya untuk keperluan data skripsi saya. Pertama, kalau boleh tahu siapa nama lengkap Mbak?" | "Halo, Mbak! Kabar baik. Nama lengkap aku FF, Mbak." |
| "Apa motif utama Mbak mengikuti akun @infopurwokerto?" | "Kalau aku sih jujur motifnya buat cari referensi harian ya. Kayak lagi pengen makan apa hari ini, atau iseng liat info loker sama acara-acara seru biar nggak kudet aja sih di kota sendiri. Jadi campur sih, infonya dapet, hiburan visualnya juga dapet" |
| "Lalu, kebutuhan apa yang ingin Mbak penuhi dari konten @infopurwokerto ini dibandingkan dengan media atau akun info lainnya?" | "Aku ngerasa mereka lebih <i>update</i> dan 'Purwokerto banget' ya. Kalau di media arus utama kan kaku, kalau di sini tuh interaktif. Aku butuh info yang visualnya jelas dan lokasinya akurat, dan itu aku dapetin di sana karena kontennya emang diniatin banget." |
| "Apakah kepuasan yang Mbak dapatkan selama mengikuti akun ini sudah sesuai dengan harapan?" | "Lumayan puas sih! Malah aku tuh baru tahu ada tempat kayak Curug Juneng atau Rumah Makan Lodeh Iwak Kali ya gara-gara liat postingan mereka. Kalau nggak ada infonya di sana, mungkin aku nggak bakal tahu ada tempat <i>hidden gem</i> kayak gitu. Jadi ya, sangat sesuai harapan." |
| "Bagaimana konten @infopurwokerto memengaruhi rutinitas harian Mbak?" | "Lumayan ngaruh ya. Biasanya kalau lagi <i>scroll</i> pagi atau pas jam istirahat siang, aku pasti cek @infopurwokerto buat liat hari ini ada berita apa atau ada promo makanan apa. Jadi kayak udah jadi menu wajib kalau buka Instagram biar tahu kondisi jalanan atau cuaca di Purwokerto juga." |
| "Bagaimana persepsi Mbak terhadap kredibilitas @infopurwokerto jika dibandingkan dengan akun lokal lainnya? Dan apa kelebihan utamanya?" | "Menurutku mereka paling terpercaya sih. Adminnya kayaknya riset dulu sebelum posting, nggak asal <i>repost</i> . Kelebihan utamanya ya itu, kualitas kontennya estetik, infonya padat, terus |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| | gaya bahasanya asik, nggak kaku tapi tetep sopan." |
| "Bisa ceritakan pengalaman spesifik Mbak saat menggunakan informasi dari akun ini?" | "Iya, kayak waktu aku liat info Lodeh Iwak Kali itu. Langsung aku <i>save</i> postingannya, terus minggu depannya aku <i>gaskeun</i> ke sana bareng temen-temen. Ternyata emang beneran enak dan suasananya persis kayak di konten. Jadi info mereka tuh bukan cuma 'iklan' tapi emang beneran valid dan bisa langsung dipraktekkin." |
| "Terakhir, bagaimana interaksi di akun tersebut, seperti di komentar atau <i>story reply</i> , membentuk rasa kebersamaan sesama warga Purwokerto atau Banyumasan menurut Mbak?" | "Ngerasa banget sih. Apalagi kalau adminnya pakai bahasa Ngapak atau ada yang saling sahut-sahutan di komentar pakai bahasa daerah. Jadi ngerasa 'Oh, ini lho rumah kita'. Ngelihat orang saling bantu jawab di kolom komentar tuh bikin ngerasa komunitas Purwokerto ini solid banget biarpun cuma lewat media sosial." |

B. Informan: AH (25, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Halo Mbak AH, salam kenal ya. Makasih sudah bersedia diwawancarai. Untuk keperluan pendataan, boleh tahu nama lengkap Mbak siapa?" | "Halo Mbak. Nama lengkap aku AH Mbak." |
| "Apa motif utama Mbak mengikuti akun @infopurwokerto?" | "Ehmm, sebenarnya aku tuh pengen lebih tahu soal kondisi kota kita aja sih, Mbak. Terutama aku sering mantau info keamanan, biar kalau mau pergi-pergi atau pulang malem tuh ngerasa lebih waspada aja. Jadi motifnya emang lebih ke biar merasa aman dan tahu situasi terkini di jalanan." |
| "Lalu, kebutuhan apa yang ingin Mbak penuhi dari akun ini yang tidak Mbak dapatkan dari media lain?" | "Aku butuh informasi yang cepat dan <i>real-time</i> . Kalau di media arus utama kan beritanya sering telat atau terlalu formal, tapi di @infopurwokerto ini apa yang terjadi di lingkungan kita sekarang, saat itu juga sering langsung |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| | di-post. Kecepatan itu yang aku butuhin." |
| "Apakah kepuasan yang Mbak dapatkan selama ini sudah sesuai dengan harapan?" | "Puas Mbak. Pas Oktober kemarin motor aku kan hilang, terus aku coba lapor ke DM @infopurwokerto. Wah, responnya gercep banget langsung di-post. Ya walaupun belum rezeki ketemu lagi motornya, tapi aku ngerasa terbantu banget buat sebar info di sana. Benar-benar sesuai harapan pelayanannya." |
| "Bagaimana konten @infopurwokerto memengaruhi rutinitas harian Mbak?" | "Ngaruh ke cara aku milih waktu dan rute pergi sih. Sebelum keluar rumah, aku pasti cek <i>update</i> akun itu dulu. Kalau ada info kecelakaan atau jalan macet, aku bisa ganti rute. Jadi akun ini sudah jadi pegangan aku sebelum beraktivitas di luar." |
| "Bisa ceritakan pengalaman spesifik saat Mbak menggunakan informasi dari akun ini terkait kasus kehilangan tersebut?" | "Ya itu tadi, pas motor hilang, aku langsung pakai info dari situ buat pantauan. Aku jadi tahu titik-titik mana saja yang lagi rawan lewat kolom komentar atau postingan serupa. Jadi meskipun motor aku belum ketemu, info dari sana bikin aku dan keluarga lebih waspada di hari-hari berikutnya." |
| "Terakhir, bagaimana interaksi di sana membentuk rasa kebersamaan orang Purwokerto menurut Mbak?" | "Ngebangun banget sih, Mbak. Terasa sekali pas momen motor aku hilang itu. Banyak netizen yang ikut doain dan bantu kasih info atau ciri-ciri motor kalau mereka lihat di jalan. Di situ aku ngerasa kalau warga Purwokerto itu solid dan saling peduli. Rasa 'seduluran'-nya kerasa banget biarpun cuma lewat media sosial." |
| "Wah, terima kasih banyak Mbak AH atas jawabannya. Sangat membantu riset saya. Sukses selalu ya!" | "Sama-sama Mbak, sukses juga buat skripsinya ya!" |

C. Informan: DK (28, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Siang Mas DK, ganggu waktunya sebentar ya. Untuk kelengkapan data, boleh tahu siapa nama lengkap Mas?" | "Siang, Mbak. Aman kok. Nama lengkap saya DK" |
| "Apa motif utama mengikuti akun @infopurwokerto?" | "Saya <i>follow</i> itu sebenarnya buat cari berita terkini di Purwokerto ya, biar selalu <i>up-to-date</i> dan nggak ketinggalan info-info penting yang lagi kejadian. Jadi emang butuh asupan berita harian yang lokal banget." |
| "Kebutuhan apa yang ingin Masenuhi dari akun ini dibandingkan dengan media berita konvensional?" | "Kecepatan dan kepraktisan sih. Kalau baca portal berita kan harus klik <i>link</i> dulu, kalau di sini tinggal <i>scroll</i> di IG udah dapet poin beritanya. Terus cakupan beritanya lebih menyentuh hal- hal kecil di sekitar kita yang mungkin nggak masuk berita nasional." |
| "Sejauh ini, apakah kepuasan yang Mas dapatkan dari konten mereka sudah sesuai dengan harapan?" | "Sudah sesuai. Apa yang saya cari, misalnya info jalan macet, pohon tumbang, atau ada kejadian apa di Alun-alun, hampir selalu ada di sana. Jadi saya ngerasa nggak perlu cari sumber lain kalau udah liat di situ." |
| "Lalu bagaimana info yang mereka bagiin ngefek ke jadwal atau rutinitas harian Mas?" | "Ngefek banget buat nentuin rute jalan kalau mau kerja atau keluar rumah. Kalau mereka posting ada kecelakaan di jalan utama atau ada perbaikan jalan, saya langsung mutusin buat lewat jalan tikus atau berangkat lebih awal biar nggak kejem. Jadi jadwal saya lebih tertata gara-gara info <i>real-time</i> mereka." |
| "Bagaimana persepsi Mas terhadap kredibilitas @infopurwokerto dibanding akun info lokal lainnya?" | "Menurut saya mereka paling kredibel. Beritanya jarang ada yang <i>hoax</i> , karena biasanya mereka dapet info langsung dari warga di lapangan dan sering dikonfirmasi juga. Kelebihan utamanya ya itu, informasinya terpercaya dan tampilannya enak dilihat." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Terakhir, menurut Mas bagaimana interaksi di akun tersebut membangun rasa kebersamaan warga Purwokerto?" | "Interaksinya asik ya, apalagi kalau lagi bahas isu yang lagi <i>hot</i> . Netizen di sana sering kasih tambahan info di kolom komentar yang ngebantu orang lain juga. Di situ kerasa kalau sesama warga Purwokerto itu saling peduli dan berbagi informasi, jadi ngerasa dekat aja gitu." |
| "Oke Mas DK, informasinya sudah sangat lengkap. Terima kasih banyak ya atas waktunya!" | "Sama-sama Mbak" |

D. Informan: ZM (20, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| "Hai ZM, Makasih sudah mau ngobrol bentar. Untuk data aku, boleh tahu nama lengkap kamu siapa?" | "Hai Mbak! Hehe, iya sama-sama. Nama lengkap aku ZM" |
| "ZM, aku sering liat kamu interaksi di @infopurwokerto. Awalnya kenapa sih kamu mutusin buat <i>follow</i> akun itu?" | "Aku <i>follow</i> karena pengen tau info-info <i>hits</i> aja sih, Mbak. Kayak tempat nongkrong baru atau acara-acara seru. Terus aku juga suka banget nge- <i>tag</i> temen di postingannya biar mereka juga dapet informasi yang sama dan nggak kudet." |
| "Nah, kebutuhan apa sih yang kamu cari di @infopurwokerto tapi nggak kamu dapetin di media lain?" | "Mungkin lebih ke sisi 'tongkrongan' ya. Di sini kontennya tuh lebih asik, visualnya bagus, dan emang yang lagi viral di kalangan anak muda Purwokerto ada di situ semua. Jadi pas banget buat referensi main." |
| "Selama ini kepuasan yang kamu dapet udah sesuai harapan belum? Terus ngefek nggak ke rutinitas harianmu?" | "Sesuai banget! Rutinitas aku jadi sering buka IG cuma buat cek 'hari ini ada apa ya di Purwokerto?'. Jadi gampang kalau mau janji. Seringnya sih aku <i>tag</i> mereka di konten kuliner yang kelihatannya enak atau acara seru, ya ujung-ujungnya biar bisa janji ketemuan di situ, Mbak." |
| "Kalau soal kepercayaan nih, menurutmu @infopurwokerto ini kredibel nggak dibanding akun info lain? Kelebihannya apa menurutmu?" | "Kredibel banget, sih. Mereka kalau kasih info tempat atau harga makanan biasanya jujur dan sesuai aslinya. Kelebihannya ya itu, kontennya 'anak muda' banget, komunikatif, dan |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| | beneran tahu apa yang lagi pengen diketahui sama warga sini." |
| "Ada pengalaman seru atau spesifik nggak pas kamu beneran datengin tempat gara-gara liat postingan mereka?" | "Pernah waktu itu ada festival kuliner di GOR Satria. Aku liat postingannya, langsung aku <i>tag</i> geng aku, dan sorenya kita beneran berangkat bareng. Seru sih, jadi ada alasan buat kumpul gara-gara postingan itu. Terus pernah juga nyobain kafe baru yang <i>hidden gem</i> gara-gara liat di <i>reels</i> mereka." |
| "Terakhir nih, menurutmu interaksi kayak nge- <i>tag</i> temen atau bales-balesan komentar itu bikin rasa kebersamaan orang Purwokerto makin kuat nggak?" | "Iya banget! Lewat fitur <i>tag</i> dan komentar itu, aku ngerasa jadi punya komunitas yang satu frekuensi. Meskipun nggak kenal semua orang di kolom komentar, tapi karena sama-sama suka Purwokerto, jadi ngerasa deket aja. Akun ini tuh kayak jadi titik kumpul digitalnya kita-kita, Mbak." |
| "Wah asik banget ya. Oke deh ZM, makasih banyak ya buat jawabannya, sangat ngebantu nih!" | "Sama-sama Mbak" |

E. Informan: AF (24, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Halo Mas AF, salam kenal. Makasih ya udah mau ngobrol bentar. Oh iya, buat kebutuhan data skripsi, boleh tahu nama lengkap Mas?" | "Halo Mbak, salam kenal. Nama lengkap gua AF, aku perantauan dari Jakarta" |
| "Mas AF, kalau boleh tahu, apa sih yang bikin Mas tertarik buat <i>follow</i> @infopurwokerto? Secara kan Mas perantau nih." | "Jadi gua <i>follow</i> itu buat cari tahu sisi-sisi Purwokerto, terutama yang estetik-estetik gitu buat gua jadiin ide konten di medsos gua sendiri. Jadi motif gua emang pengen eksplor visual kota ini." |
| "Nah, ada nggak kebutuhan khusus yang Mas cari di akun ini tapi nggak dapet di media lain?" | "Ada banget. Gua butuh <i>angle</i> visual yang beda. Kalau media lain kan paling cuma berita kecelakaan atau politik. Nah, @infopurwokerto ini pinter banget nemu spot-spot cakep yang bahkan orang lokal mungkin nggak sadar kalau itu bagus. Gua butuh |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| | referensi tempat yang <i>Instagrammable</i> buat stok konten gua." |
| "Selama ini Mas ngerasa puas nggak sama konten yang mereka sajikan? Terus, seberapa sering konten mereka memengaruhi rutinitas mingguan Mas di sini?" | "Puas banget sih, kualitas fotonya nggak main-main. Kalau ditanya pengaruh ke rutinitas, ya jadi bikin gua punya jadwal jalan-jalan tiap akhir pekan. Gua jadi ada agenda tetap buat keliling Banyumas gara-gara keracunan postingan mereka." |
| "Kalau soal kepercayaan, gimana persepsi Mas terhadap kredibilitas akun ini dibanding akun info lokal lainnya?" | "Gua ngerasa mereka punya tim kreatif yang niat. Kelebihan utamanya menurut gua ada di kurasi kontennya. Mereka bisa bikin hal biasa jadi kelihatan mewah di layar HP. Gua jadi lebih percaya sama rekomendasi tempat dari mereka dibanding akun lain." |
| "Boleh ceritain lagi pengalaman spesifik Mas saat datengin lokasi gara-gara postingan mereka?" | "Pernah banget! Akun ini tuh pinter nyajiin sisi indahnya Purwokerto. Gua pernah khusus datengin lokasi yang mereka unggah, kalau nggak salah waktu itu di area Baturraden yang ada kabut-kabutnya gitu, cuma buat ambil foto yang sudutnya persis kayak postingan mereka biar <i>feed</i> gua makin oke. Hasilnya emang beneran dapet sih!" |
| "Terakhir nih Mas, menurut Mas sebagai perantau, interaksi di akun itu bikin Mas ngerasa lebih 'diterima' atau punya kebersamaan nggak sama warga lokal?" | "Ngerasa banget. Meskipun gua perantau dan belum lancar bahasa Ngapak, tapi baca interaksi mereka di komentar yang asik-asik itu bikin gua ngerasa Purwokerto ini kota yang hangat. Lewat akun ini gua jadi nggak ngerasa asing-asing banget di sini, ngerasa jadi bagian dari warga juga akhirnya." |
| "Wah, menarik banget perspektifnya Mas AF. Makasih banyak ya buat waktunya, sangat membantu!" | "Sama-sama Mbak, sukses ya skripsinya!" |

F. Informan: BN (22, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| <p>"Mas BN, salam kenal ya. Makasih banget sudah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya. Buat kelengkapan data skripsi, boleh tahu nama lengkap Mas?"</p> | <p>"Halo Mbak. Aman kok, santai saja. Nama lengkap saya BN"</p> |
| <p>"Mas BN, aku lihat Mas pernah interaksi atau bahkan ngajak kolaborasi akun @infopurwokerto. Sebenarnya tujuan atau motif utama Mas melakukan itu apa?"</p> | <p>"Kebetulan saya kan emang main di konten juga ya, jadi pengen dapet <i>exposure</i> yang lebih luas. Jujur saja, status <i>influencer</i> lokal tuh berasa naik banget kalau bisa kolaborasi atau di-<i>repost</i> bareng mereka. Jadi motifnya lebih ke arah pengembangan personal branding dan jaringan sosial sih."</p> |
| <p>"Berarti ada kebutuhan profesional yang Mas kejar ya. Apa sih yang Mas dapetin dari @infopurwokerto yang nggak ditawarkan platform atau akun info lainnya?"</p> | <p>"Kekuatan basis massanya, Mbak. Pengikut mereka itu organik dan sangat aktif. Kalau di akun lain mungkin cuma sekadar lewat, tapi di sini audiensnya beneran 'nyaut'. Saya butuh platform yang punya otoritas kuat di Purwokerto untuk memvalidasi konten saya, dan @infopurwokerto itu tempatnya."</p> |
| <p>"Sejauh ini, apakah kepuasan yang Mas dapetin sudah sesuai harapan? Terus gimana dampaknya ke akun pribadi Mas?"</p> | <p>"Sesuai Mbak, Pas postingan wisata saya di-<i>repost</i>, <i>followers</i> saya naik kurang lebih 50 orang dalam waktu singkat. Belum lagi yang <i>like</i> dan komen di akun saya jadi ikut ramai. Jadi kepuasannya bukan cuma soal perasaan, tapi ada angka nyata yang naik."</p> |
| <p>"Gimana konten @infopurwokerto ini memengaruhi rutinitas Mas sehari-hari?"</p> | <p>"Ngaruh banget ke cara saya. Hampir tiap hari saya pantau konten apa yang lagi ramai di sana buat dijadiin referensi tren. Jadi semacam kompas buat saya menentukan kapan harus posting atau konten apa yang kira-kira bakal disukai warga Purwokerto saat ini."</p> |
| <p>"Menurut Mas, gimana kredibilitas @infopurwokerto di mata Mas? Apa kelebihan utama mereka?"</p> | <p>"Akun ini emang platform kolaborasi yang kredibel sih buat orang kayak saya. Kelebihannya itu di <i>trust</i> atau kepercayaan masyarakat. Orang Purwokerto kalau sudah lihat 'stempel' @infopurwokerto tuh langsung</p> |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| | percaya. Manajemen konten mereka sangat rapi dan profesional, itu yang saya kagumi." |
| "Bisa ceritain nggak pengalaman paling berkesan pas Mas kerja sama atau dapat info dari mereka?" | "Yang paling berkesan ya pas di- <i>repost</i> itu tadi. Awalnya saya cuma iseng <i>tag</i> , tapi ternyata dikurasi dan masuk ke <i>feed</i> mereka. Dampaknya nggak cuma ke <i>followers</i> , tapi ada beberapa <i>brand</i> lokal yang jadi DM saya buat ngajak <i>endorse</i> . Jadi efek dominonya dapet banget." |
| "Terakhir nih Mas, Mas ngerasa nggak kalau interaksi antar-kreator di akun itu ngebangun rasa kebersamaan atau komunitas yang solid di Purwokerto?" | "Banget, Mbak. Kita jadi sesama konten kreator di Purwokerto jadi saling kenal lewat kolom komentar atau kolaborasi itu. Jadi nggak ngerasa saingan, tapi malah ngerasa satu komunitas yang bareng-bareng mau majuin nama Purwokerto lewat karya. Rasa sedulurannya dapet, profesionalitasnya juga dapet." |
| "Wah, menarik banget nih sudut pandangnya. Oke Mas BN, makasih banyak ya buat obrolannya. Sukses terus buat konten-kontennya!" | "Sama-sama Mbak, sukses juga ya buat skripsinya!" |

G. Informan: BA (21, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Mas BA, siang. Mau tanya-tanya dikit ya buat tugas akhir saya. Untuk kelengkapan data, boleh sebutkan nama lengkap Mas?" | "Siang, Mbak. Nama lengkap saya BA" |
| "Oke, Mas kan <i>follow</i> @infopurwokerto nih, awalnya tujuannya apa ya Mas? Apakah emang sengaja cari info tertentu?" | "Saya cari info tentang hobi saya sih, Mbak. Kebetulan saya suka lari, jadi sering cari info <i>event running</i> di sana. Di situ saya ngerasa satu frekuensi aja sama pengguna lain yang hobinya sama. Jadi motifnya emang lebih ke hobi dan pengen tahu kegiatan komunitas." |
| "Kebutuhan apa sih yang Masenuhi dari @infopurwokerto ini yang mungkin nggak Mas dapetin di media berita lain?" | "Info kegiatannya lebih spesifik ke Purwokerto ya. Kalau media umum kan beritanya terlalu luas. Nah, di @infopurwokerto ini info lomba lari |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| | kecil-kecilan sampai yang besar di area Banyumas tuh pasti masuk. Saya butuh <i>update</i> kegiatan yang bisa langsung saya ikutin di sini." |
| "Sejauh ini, kepuasan yang Mas dapetin sudah sesuai harapan belum? Terus ngefek nggak ke jadwal lari atau rutinitas harian Mas?" | "Puas banget sih. Rutinitas saya jadi lebih terarah. Kalau mereka posting jadwal <i>event</i> , saya jadi punya target latihan buat bulan depan. Jadi secara nggak langsung bikin saya lebih disiplin lari gara-gara sering liat <i>update</i> mereka." |
| "Kalau soal kepercayaan, menurut Mas kredibilitas akun ini gimana dibanding akun info lokal lainnya?" | "Menurut saya paling oke, Mbak. Infonya jelas, ada <i>link</i> pendaftaran yang valid, dan biasanya mereka emang <i>media partner</i> resminya. Jadi saya nggak ragu kalau mau daftar <i>event</i> yang diposting di situ. Kelebihan utamanya ya informasinya lengkap buat pegiat hobi kayak saya." |
| "Ada acara lari yang Mas tau dari informasi mereka? Terus pengalaman Mas gimana pas ikutan?" | "Kemarin ada info <i>Skybridge Run</i> di Menara Pandang bulan September. Gara-gara liat di sana, saya langsung gas ikutan bareng temen-temen komunitas lari saya. Infonya akurat, mulai dari rute sampai jam <i>start</i> -nya, jadi saya nggak ketinggalan momen." |
| "Terakhir nih Mas, menurut Mas interaksi di sana, kayak di kolom komentar, ngebangun rasa kebersamaan sesama pecinta olahraga di Purwokerto nggak?" | "Banget, Mbak! Di kolom komentar itu saya sering nemu orang yang tanya 'Siapa yang mau ikut?' atau 'Latihan bareng yuk'. Interaksi kayak gitu bikin rasa keakraban antar pelari di Purwokerto makin kuat. Kita jadi ngerasa punya wadah buat ngumpul bareng lewat informasi yang mereka bagiin." |
| "Wah asik banget ya. Oke Mas BA, makasih banyak ya buat jawabannya, sangat membantu!" | "Sama-sama Mbak" |

H. Informan: RD (27, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| "Mbak, apa kabar? Makasih ya sudah mau diganggu waktunya sebentar untuk wawancara data | "Halo Mbak, baik. Nama lengkap aku RD" |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| skripsi aku. Untuk kelengkapannya, boleh sebutkan nama lengkap Mbak?" | |
| "Mbak RD, aku mau tanya soal akun @infopurwokerto. Tujuan utama Mbak <i>follow</i> akun itu untuk apa ya kalau boleh tahu?" | "Aku <i>follow</i> karena butuh info layanan yang terpercaya sih. Bukan cuma sekedar berita, tapi lebih ke solusi kalau aku butuh jasa tertentu. Kayak kemarin, aku lagi bingung cari teknisi HP yang <i>update</i> dan kredibel di Purwokerto sini." |
| "Lalu, apa sih yang Mbak cari di @infopurwokerto tapi nggak Mbak temuin di akun lain?" | "Kalau di Google kan kadang ulasannya lama ya. Nah, di @infopurwokerto ini rekomendasinya lebih <i>fresh</i> dan ada testimoni langsung dari warga di kolom komentarnya. Aku butuh info yang 'orang lokal emang beneran pakai', bukan cuma iklan doang." |
| "Kemarin kan sempat ada kendala sama <i>gadget</i> ya. Terus gimana Mbak, terbantu banget nggak sama rekomendasi yang ada di sana?" | "Terbantu banget! Baterai iPhone 12 aku rusak, terus nemu I-Moji Service lewat sana. Ganti cuma 350 ribu dapet garansi setaun. Harganya jelas dan pengerjaannya bagus, nggak zonk lah. Jadi kepuasan aku terpenuhi banget karena dapet tempat yang harganya masuk akal tapi kualitasnya oke." |
| "Konten-konten mereka ini memengaruhi rutinitas atau cara Mbak belanja/cari jasa nggak sehari-harinya?" | "Ngaruh sih. Sekarang tiap kali aku butuh sesuatu, misal cari tempat laundry yang bagus, aku refleksnya cek <i>search</i> di akun mereka dulu. Jadi kayak sudah jadi <i>directory</i> pribadi aku buat cari jasa atau barang di Purwokerto." |
| "Bagaimana persepsi Mbak terhadap kredibilitas @infopurwokerto dibanding akun lain?" | "Menurut aku mereka sangat kredibel karena nggak sembarangan terima iklan jasa. Keunggulannya ya itu, mereka pinter milih tempat yang emang <i>recommended</i> buat warga. Jadi aku sebagai pengikut ngerasa aman dan nggak takut ketipu kalau pakai jasa yang ada di situ." |
| "Terakhir nih Mbak, menurut Mbak interaksi warga di kolom komentar akun tersebut ngebangun rasa kebersamaan atau saling | "Iya banget. Terutama pas ada yang tanya-tanya rekomendasi jasa di komentar, terus warga lain pada bantu jawab dengan jujur. Di situ aku ngerasa kalau orang Purwokerto itu masih |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| bantu nggak sesama orang Purwokerto?" | punya semangat tolong-menolong yang tinggi lewat media sosial. Kita jadi ngerasa punya wadah yang solid buat saling berbagi info." |
| "Wah, terima kasih banyak Mbak RD atas jawabannya. Sangat membantu riset saya. Sukses selalu ya Mbak!" | "Sama-sama Mbak, sukses juga buat skripsinya ya!" |

I. Informan: AA (21, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Mas AA, salam kenal. Makasih ya sudah mau diganggu waktunya bentar buat ngobrol. Untuk kelengkapan data skripsi, boleh tahu nama lengkap Mas?" | "Halo Mbak. boleh. Nama lengkap saya AA" |
| "Mas AA, apa sih yang bikin Mas pengen <i>follow</i> @infopurwokerto?" | "saya iseng aja sih buat bahan <i>scroll</i> gabut. Biar waktu luang lewat gitu aja tanpa perlu mikir yang berat-berat, biar lebih santai. Jadi motifnya emang buat hiburan aja sih pas lagi nggak ada kegiatan." |
| "Hahaha, bener banget sih buat temen gabut. Kebutuhan apa sih yang Mas pengen dapetin dari akun ini?" | "Kalau di sini kan kontennya lokal ya. Jadi meskipun cuma buat hiburan, aku tetep ngerasa 'relate' karena lokasinya aku tahu semua. Aku butuh konten yang enteng tapi tetep informatif dikit-dikit soal apa yang lagi rame di Purwokerto sekarang." |
| "Berarti kontennya dirasa cocok ya buat nemenin Mas sehabis kuliah? Sejauh ini kepuasan yang didapat gimana, Mas?" | "Iya, kontennya enteng. Pas buat nemenin istirahat sehabis kuliah, syukur-syukur kalau dapet info Purwokerto yang asik buat didatengin atau sekadar buat tau aja. Sejauh ini sih puas ya, karena adminnya sering posting hal-hal receh atau unik juga yang bikin nggak bosan." |
| "Seberapa ngaruh konten @infopurwokerto ini ke rutinitas Mas sehari-hari?" | "Nggak terlalu yang gimana-gimana sih, tapi biasanya pas jam istirahat atau sebelum tidur saya pasti buka buat liat <i>reels</i> -nya. Jadi semacam 'ritual' hiburan singkat biar nggak pusing sama tugas kuliah." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| "Bagaimana persepsi Mas terhadap kredibilitas @infopurwokerto dibanding akun lain? Ada kelebihannya nggak?" | "Menurut saya kredibel, karena meskipun isinya hiburan tapi beritanya nggak asal-asalan. Kelebihan utamanya ya itu tadi, cara mereka nyajiin kontennya asik, nggak kaku, dan visualnya bikin mata seger. Jadi pas banget buat orang yang emang niatnya cuma mau santai." |
| "Bisa ceritain pengalaman spesifik Mas pas lagi 'gabut' terus nemu sesuatu yang menarik dari akun ini?" | "Pernah pas lagi bosan banget di kosan, eh liat mereka posting video penjual jajanan kaki lima yang lagi viral. Karena kelihatannya enak dan visualnya bagus, akhirnya saya samperin bareng temen kosan. Jadi dari yang tadinya gabut malah jadi kulineran dadakan." |
| "Terakhir nih Mas, menurut Mas interaksi di sana ngebangun rasa kebersamaan warga Purwokerto nggak, meskipun cuma lewat konten hiburan?" | "Ngebangun sih. Kadang liat komentar-komentar orang yang lucu-lucu atau saling sahut-sahutan pakai bahasa Ngapak itu bikin saya ngerasa 'Oh, orang Purwokerto ternyata seru-seru ya'. Ngerasa jadi bagian dari keramaian kota ini aja lewat HP." |
| "oke, terimakasih ya mas atas waktunya" | "Sama-sama Mbak," |

J. Informan: ES (29, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| "Halo Mbak. Makasih banyak sudah meluangkan waktunya di tengah kesibukan. Untuk kelengkapan data skripsi, boleh tahu nama lengkap Mbak?" | "Halo Mbak. Nama lengkap saya ES" |
| "Mbak ES, tujuan utama Mbak <i>follow</i> akun @infopurwokerto ini sebenarnya untuk apa ya?" | "Saya itu sering cari info tempat wisata atau <i>spot</i> foto yang bagus di Baturraden buat piknik keluarga, jadi <i>follow</i> itu biar dapet idenya. Karena anak-anak kan cepat bosan kalau ke situ-situ saja, jadi saya butuh referensi tempat baru." |
| "Berarti buat referensi jalan-jalan keluarga ya. Kebutuhan apa sih Mbak yang paling Mbak cari dari postingan wisata mereka yang nggak Mbak temuin di akun lain?" | "Panduannya yang lengkap, Mbak. Ada rute, harga tiket, sampai jam buka yang jelas banget. Itu yang bikin kami akhirnya yakin buat mutusin liburan piknik di tempat yang mereka" |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| | rekomendasiin. Saya butuh info yang detail biar nggak bingung pas sudah sampai lokasi bawa anak-anak." |
| "Selama ini kepuasan yang Mbak dapetin sudah sesuai harapan belum? Dan seberapa ngaruh konten mereka ke rencana liburan keluarga Mbak?" | "Sesuai banget, Mbak. Sangat membantu. Biasanya tiap akhir pekan saya pasti cek @infopurwokerto dulu. Kalau ada tempat baru yang kelihatannya ramah anak, langsung saya jadwalkan buat minggu depannya. Jadi sudah jadi semacam buku panduan liburan mingguan buat keluarga saya." |
| "Bagaimana persepsi Mbak terhadap kredibilitas @infopurwokerto? Apa kelebihan mereka menurut Mbak?" | "Menurut saya sangat kredibel. Foto dan videonya jujur, nggak diedit berlebihan yang bikin kecewa pas didatengin. Kelebihannya ya itu, informasinya sangat aplikatif buat ibu-ibu seperti saya yang nggak mau ribet cari info ke sana-kemari." |
| "Bisa ceritain pengalaman spesifik Mbak saat bawa keluarga ke tempat yang Mbak tahu dari akun ini?" | "Pernah waktu itu saya dapet info soal Air Terjun Telaga Sunyi di Baturraden dari postingan mereka. Karena di kontennya dijelasin kalau airnya jernih banget dan suasananya tenang buat piknik keluarga, saya langsung ajak suami dan anak-anak ke sana. Ternyata benar, infonya akurat banget soal keindahan tempatnya, jadi kami bisa piknik dengan nyaman di sana." |
| "Bagaimana persepsi Mbak terhadap kredibilitas @infopurwokerto? Apa kelebihan mereka menurut Mbak?" | "Menurut saya sangat kredibel. Foto dan videonya jujur, nggak diedit berlebihan. Kelebihannya ya itu, mereka pinter nyari <i>angle</i> yang bikin tempat wisata lokal kelihatan istimewa tapi tetep informatif buat ibu-ibu seperti saya yang butuh kepastian fasilitas." |
| "Terakhir nih Mbak, menurut Mbak interaksi warga di akun itu ngebangun rasa kebersamaan orang Purwokerto nggak?" | "Iya, ngebangun sekali. Kadang di komentar ada yang saling kasih tahu kondisi cuaca di Baturraden atau rute jalan yang nggak macet. Interaksi saling bantu begitu bikin saya ngerasa warga Purwokerto itu rukun. Jadi ngerasa nyaman saja ada di komunitas digital yang positif seperti itu." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|------------------|
| "Wah, menarik sekali ceritanya. Terima kasih banyak ya Mbak ES atas bantuannya!" | "Sama-sama Mbak" |

K. Informan: LR (24, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Mas LR udah lama ya ga ketemu. Makasih ya sudah meluangkan waktunya buat ngobrol sebentar. Untuk kelengkapan data penelitian saya, boleh tahu nama lengkap Mas siapa?" | "Halo, iya lama juga y akita ga ketemu, nama lengkap saya LR" |
| "Mas LR, boleh tahu nggak apa motif utama Mas sampai memutuskan buat <i>follow</i> akun @infopurwokerto?" | Saya <i>follow</i> karena akun ini pengumuman olahraga kota paling terpercaya menurut saya. Saya hobi bola, jadi cari info nobar ya di sini. Daripada bingung cari di tempat lain, di sini tuh jadwalnya selalu jelas." |
| "Kebutuhan apa sih yang Mas cari dari @infopurwokerto yang nggak Mas dapetin dari portal berita olahraga atau media lainnya?" | "Informasi lokalnya. Kalau portal berita kan cuma kasih tahu jadwal tanding, tapi kalau di @infopurwokerto ini dikasih tahu titik kumpul nobarnya di mana, ada layar lebar atau nggak, sampai suasana di lokasinya gimana. Itu yang lebih saya butuhin sebagai warga lokal." |
| "Apakah kepuasan yang Mas dapetin selama ini sudah sesuai harapan? Terus, seberapa ngaruh akun ini ke rutinitas Mas pas ada pertandingan besar?" | "Sangat sesuai sih. Ngaruh banget, tiap ada jadwal Timnas main, saya otomatis langsung buka profil mereka buat cari <i>flyer</i> nobar. Jadi sudah jadi rujukan utama saya buat nentuin agenda malam mingguan kalau ada bola." |
| "Wah, penggemar bola sejati ya! Pernah ada momen nobar yang paling seru nggak dari informasi mereka?" | "Pernah pas nobar Timnas vs Iraq di Alun-alun kemarin. Infonya jelas banget dari lokasi titik LED-nya sampai imbuan parkirnya. Pas dateng rame parah, seru banget suasananya. Malah saya jadi dapet kenalan grup komunitas bola baru di situ gara-gara ngobrol pas nobar." |
| "Bagaimana persepsi Mas terhadap kredibilitas @infopurwokerto dibanding akun info lainnya?" | Paling kredibel sih. Adminnya nggak cuma <i>repost</i> , tapi kayaknya emang kerja sama sama penyelenggara acaranya. Jadi saya nggak takut kena |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| | 'zonk' atau info palsu kalau dapet kabarnya dari situ." |
| "Terakhir nih Mas, menurut Mas interaksi di sana, seperti saat ramai bahas nobar, ngebangun rasa kebersamaan warga Purwokerto nggak?" | "Banget! Di situ kan kita satu tujuan, dukung Timnas. Pas bahas di komentar atau ketemu di lokasi nobar, rasa 'seduluran' wong Purwokerto tuh berasa banget. Kita jadi ngerasa kompak dan bangga sama kota sendiri yang bisa ngadain acara seru kayak gitu." |
| "Wah, mantap sekali pengalamannya. Terima kasih banyak ya Mas LR atas bantuannya!" | "Sama-sama, kamu lancer-lancar ya penelitiannya" |

L. Informan: DN (22, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Halo DN, apa kabar? Makasih ya sudah menyempatkan waktu buat ngobrol sebentar. Oh iya, buat formalitas data, nama lengkapmu siapa sih?" | "Hai! Kabar baik kok, santai aja. Nama lengkapku DN" |
| "Ini lho, aku kan lagi riset soal @infopurwokerto. Kamu kan salah satu yang follow tuh, awalnya kenapa sih kamu mutusin buat follow mereka? Ada niat khusus nggak?" | "Oalah... kalau aku sih emang dasarnya suka banget nonton festival budaya gitu. Jadi aku follow biar dapet info <i>event-event</i> budaya di Purwokerto. Kan males banget kalau sampe kelewatan acara seru di kota sendiri cuma gara-gara nggak tau jadwal." |
| "Bener banget! Tapi menurutmu info dari mereka emang beneran akurat? Kan kadang ada tuh akun yang cuma asal posting jadwal tapi taunya meleset." | "Akurat banget sih menurutku. Kemarin tuh aku liat info rute Festival Kenthongan yang dari Alun-alun ke Pasar Wage di postingan mereka. Karena infonya jelas banget, aku niatin dateng dari sore biar dapet spot nonton yang enak. Eh beneran, aku dapet tempat paling depan dan bisa liat juara satunya pas banget di depan mataku!" |
| "Wih seru banget dapet spot depan! Emang apa sih yang bikin kamu lebih milih liat di sana | "Di sana tuh infonya lengkap sampe ke rute dan jam-jamnya. Terus visualnya asik, jadi kita udah dapet gambaran acaranya bakal seru apa nggak. Kalau |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| dibanding cari di Google atau akun lain?" | di Google mah isinya berita formal doang, kurang asik buat referensi nonton festival." |
| "Ngaruh banget ya berarti buat rutinitasmu pas ada acara gitu? Kamu jadi puas nggak sih sama apa yang kamu dapet dari akun itu?" | "Puas banget! Ngaruh ke jadwal harianku juga. Misal ada festival gitu, aku jadi tau jalan mana yang ditutup, jadi nggak bakal kejemak macet pas mau ke lokasi. Intinya mah hidup jadi lebih terencana lah kalau ada info-info gitu." |
| "Kalau soal kepercayaan, menurutmu @infopurwokerto ini paling oke nggak dibanding akun sejenis di Purwokerto?" | "Paling oke sih, soalnya mereka kayaknya emang deket sama panitia-panitianya gitu. Kelebihannya ya itu, infonya padat, nggak banyak omong kosong, dan emang beneran bisa dipertanggungjawabkan lah." |
| "Terakhir nih, menurutmu interaksi di situ bikin kita ngerasa makin 'cinta' atau kompak nggak sih sama orang Purwokerto lainnya?" | "Asli, kerasa banget! Apalagi pas liat video festivalnya rame yang puji di kolom komentar. Jadi ngerasa bangga aja gitu, 'Wah budaya kita keren ya'. Terus liat orang-orang saling kasih tau info di komentar juga bikin ngerasa warga Purwokerto tuh solid banget." |
| "Mantap banget jawabannya! Makasih ya, ngebantu banget nih buat skripsiku!" | "Sama-sama! Sukses ya, moga cepet kelar skripsi" |

M. Informan: RN (29, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Halo Mas, Makasih lho udah sempetin waktu buat ngobrol. Oh iya Mas, buat data penelitianku, nama lengkapnya siapa ya kalau boleh tahu?" | "Halo, iya nama lengkap aku RN" |
| "Mas RN, aku perhatiin kamu <i>follow</i> @infopurwokerto nih. Awalnya tujuannya buat apa sih sampai kamu mutusin buat <i>follow</i> akun itu?" | "Jujur nih, aku kan sebenarnya orang baru ya di sini, baru pindah tugas. Jadi ya tujuanku emang butuh info makanan atau hiburan biar nggak bingung aja kalau mau keluar. Dibanding akun lain, aku emang lebih sering buka akun ini buat cari referensi biar cepet adaptasi sama kota ini." |
| "Wah, ternyata Mas RN orang baru ya di Purwokerto! <i>Welcome</i> ya | "Pernah banget! Waktu itu aku dapet info promo nasi bebek cuma 19 ribu." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| Mas. Pernah dapet info yang beneran ngebantu kamu pas lagi nyari makan nggak?" | Menurutku ini akun terpercaya banget sih, infonya valid dan harganya beneran segitu. Jadi ya puas lah, sesuai sama ekspektasiku." |
| "Emang apa sih yang bikin Mas RN lebih pilih @infopurwokerto dibanding cari sendiri di Google atau akun lain?" | "Aku butuh yang visualnya dapet tapi infonya juga lengkap. Kalau cuma liat di Google kan kadang fotonya udah lama banget. Nah, kalau di @infopurwokerto ini postingannya <i>update</i> terus, jadi aku tahu tempat mana yang lagi ramai dan makanannya beneran enak sekarang." |
| "Ngaruh nggak ke rutinitasmu selama tinggal di sini, Mas? Jadi sering ngecek akunnya tiap hari gitu?" | Iya, jadi kayak kebiasaan sih. Tiap jam istirahat atau sore mau balik kantor, aku pasti <i>scroll</i> bentar. Jadi temen yang asik lah pas lagi <i>scroll</i> nyari referensi kota, biar yang didatengin nggak itu-itu aja." |
| "Kalau soal kepercayaan nih, Mas RN ngerasa akun ini paling oke nggak dibanding akun info lokal yang lain?" | "Paling oke sih sejauh ini. Belum pernah kena 'zonk' ya kalau ngikutin saran mereka. Kelebihannya menurutku, mereka pinter banget milih tempat yang emang <i>worth it</i> buat didatengin orang baru kayak aku." |
| "Terakhir nih Mas, ngerasa nggak kalau interaksi di akun itu bikin kamu yang 'orang baru' ini jadi ngerasa lebih deket sama orang Purwokerto?" | "Ngerasa sih. Liat komentar-komentarnya yang pakai bahasa lokal atau saling bercanda itu bikin aku jadi makin kenal sama karakter orang sini. Jadi ngerasa nggak asing-asing banget di kota orang, berasa punya panduan lokal yang seru." |
| Asik... Oke deh Mas RN, makasih banyak ya buat obrolannya. Ngebantu banget nih buat tugas aku!" | "Sama-sama! Sukses ya buat skripsinya!" |

N. Informan: NC (31, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Permisi pak, maaf ganggu waktunya sebentar ya Pak. Lagi nunggu orderan ya? Aku mau tanya-tanya dikit nih buat tugas skripsiku, kalau boleh tahu nama lengkap Bapak siapa?" | "Oh iya Mbak, ini emang lagi nunggu orderan masuk. Nama lengkap saya NC" |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| <p>"Oke pak, tujuannya Bapak <i>follow</i> @infopurwokerto ini sebenarnya buat apa ya? Apa emang buat cari info soal kerjaan di jalan atau gimana?"</p> | <p>"Iya, Mbak. Saya kan narik ojol ya, jadi <i>follow</i> itu buat cari info-info jalanan. Kayak info banjir, pohon tumbang, atau macet karena ada acara. Pokoknya yang bikin kerjaan saya di jalan jadi lebih lancar lah."</p> |
| <p>"Wah, berarti Bapak emang butuh info yang beneran <i>update</i> tiap saat ya. Kebutuhan apa sih Pak yang Bapak cari di akun itu tapi nggak ada di Maps?"</p> | <p>"Kalau Maps kan kadang cuma merah aja tapi nggak kasih tahu alasannya kenapa, Mbak. Nah, di @infopurwokerto ini biasanya lebih jelas. Ada fotonya, ada laporannya kenapa jalanan ditutup. Jadi saya butuh kepastian kondisinya biar nggak salah ambil jalan."</p> |
| <p>"Ngebantu banget ya Pak info jalanan gitu buat navigasi pas lagi narik? Pernah ada kejadian yang beneran ngebantu Bapak pas lagi bawa penumpang?"</p> | <p>"Ngebantu banget, Mbak. Kayak kemarin pas daerah Unsoed banjir itu, saya langsung tahu dari situ. Jadi pas mau dapet orderan ke arah sana, saya langsung cari rute lain biar penumpang tetep nyaman dan motor nggak mogok. Bersyukur sih sempat dapet info dari akun itu, kalau nggak ya bisa repot motorku kalau sampe kerendem."</p> |
| <p>Pernah ada kejadian yang beneran membantu Bapak pas lagi bawa penumpang?"</p> | <p>"Ada Mbak, Kemarin pas daerah Unsoed banjir itu, saya langsung tahu dari situ. Jadi pas mau dapat orderan ke arah sana, saya langsung cari rute lain biar penumpang tetap nyaman dan motor tidak mogok. Bersyukur sih sempat dapat info dari akun itu, kalau tidak ya bisa repot motor saya kalau sampai terendam."</p> |
| <p>"Puas tidak Pak dengan info-info yang mereka kasih selama ini? Terus berpengaruh tidak ke rutinitas harian Bapak di jalan?"</p> | <p>"Puas sih, Mbak. Sangat membantu. Rutinitas jadi lebih tenang saja kalau di jalan karena tidak menebak-nebak lagi. Paling tidak, saya jadi lebih waspada kalau mau lewat jalur-jalur tertentu."</p> |
| <p>Kalau soal kepercayaan nih Pak, Bapak merasa info dari @infopurwokerto ini paling bisa dipercaya tidak untuk orang lapangan seperti Bapak?"</p> | <p>"Menurut saya paling bisa dipercaya, Mbak. Soalnya mereka sering dapat kiriman langsung dari orang-orang yang di lokasi kejadian. Jadi infonya beneran nyata. Kelebihannya ya itu, mereka cepat kasih tahu kalau ada hal-hal darurat di Purwokerto."</p> |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|-------------------------|
| "Wah asik banget pengalamannya. terima kasih banyak ya untuk obrolannya. Semoga orderannya makin ramai hari ini Pak!" | "Sama-sama Mbak, amin!" |

O. Informan: GA (21, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| "Hai, apa kabar kuliahnya? Makasih ya udah mau diganggu waktunya bentar buat ngobrol. Buat kelengkapan data penelitianku, boleh tahu nama lengkapmu siapa?" | "Halo! Aduh, lagi pusing nih abis ujian! Hehe. Nama lengkapku GA" |
| "Wah, semangat ya ujiannya! Aku mau tanya nih, tujuan kamu <i>follow</i> akun @infopurwokerto ini sebenarnya untuk apa sih? Apa emang sengaja cari sesuatu atau cuma lewat aja?" | "Aku <i>follow</i> buat cari tempat nongkrong atau <i>coffee shop</i> murah deket Unsoed, biar bisa lepas stres bentar kalau lagi jenuh sama tugas kuliah." |
| "Hahaha, bener banget, mahasiswa emang butuh <i>healing</i> ya. Tapi emang kamu ngerasa kebutuhan cari tempat murah itu lebih gampang lewat @infopurwokerto dibanding cari sendiri atau buka aplikasi lain?" | "Lebih gampang di sini sih kalau menurutku. Soalnya mereka sering kasih rekomendasi yang emang pas buat kantong mahasiswa. Kalau cari di tempat lain kan kadang harganya udah nggak <i>update</i> atau tempatnya ternyata udah nggak asik. Di sini infonya lebih seger gitu." |
| "Emang dapet tempat yang beneran pas sama kantong mahasiswa di sana?" | "iya dapet, Pernah nemu tempat yang hemat 10 ribu tapi kopinya enak, plus bonus dapet foto <i>sunset</i> . Puas banget sih, akun ini udah kayak sahabat rute lah pas aku lagi pengen <i>healing</i> tapi nggak mau boros." |
| "Berarti konten mereka sering banget memengaruhi rutinitas kamu pas lagi pengen keluar atau ngerjain tugas ya?" | "Iya, ngefek banget. Aku jadi sering ngecek profil mereka dulu sebelum berangkat. Jadi semacam kebiasaan gitu kalau mau cari suasana baru biar nggak bosan di kosan terus." |
| "Kalau soal kepercayaan nih, menurut kamu @infopurwokerto ini seberapa kredibel sih dibanding akun-akun info lain?" | "Menurutku terpercaya sih. Soalnya mereka jujur kalau kasih info, apalagi kalau soal harga dan suasana tempat. Kelebihannya ya itu, mereka tahu banget apa yang lagi disukai anak muda Purwokerto sekarang." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| "Terakhir nih, menurut kamu interaksi di sana, kayak orang-orang yang sering kasih rekomendasi di komentar, bikin rasa kebersamaan sesama mahasiswa atau warga jadi makin kuat nggak?" | "Iya, kerasa banget. Di kolom komentar itu sering ada yang bantu jawab jujur kalau ada yang tanya-tanya. Interaksi kecil kayak gitu bikin aku ngerasa kita sesama warga Purwokerto saling bantu biar nggak salah pilih tempat. Jadi ngerasa dekat aja gitu." |
| "Wah asik banget ya. Oke deh GA, makasih banyak ya buat obrolannya. Sukses buat hasil ujiannya!" | "Sama-sama! Sukses juga ya buat skripsinya!" |

P. Informan: MF (28, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| "Halo Mba, apa kabar? Makasih ya Mbak sudah luangin waktu sebentar buat ngobrol. Oh iya, buat kelengkapan data skripsiku, nama lengkap Mbak siapa ya kalau boleh tahu?" | "Halo, baik. Nama lengkapku MF. Gimana, ada yang bisa aku bantu buat tugasmu?" |
| "Iya nih Mbak, aku penasaran, tujuan Mbak <i>follow</i> @infopurwokerto ini awalnya kenapa ya? Apa memang ada info khusus yang dicari?" | "Aku <i>follow</i> karena pengen tahu info-info terkini di Purwokerto aja sih, biar nggak ketinggalan berita atau apa yang lagi rame. Jadi biar tetap <i>update</i> lah sama kondisi kota sendiri." |
| "Berarti Mbak memang nungguin <i>update</i> terbaru ya tiap harinya. Selain berita, ada nggak sih kebutuhan lain yang Mbak cari di akun itu tapi Mbak rasa nggak didapetin di media lain?" | "Mungkin lebih ke info nostalgia atau tempat ikonik ya. Kalau media lain kan kaku banget bahas beritanya. Nah, di sini tuh pembahasannya lebih dekat sama warga, jadi aku ngerasa lebih nyambung sama apa yang lagi diomongin." |
| "Terus Mbak ngerasa puas nggak sama info yang mereka kasih selama ini? Ada pengalaman yang paling berkesan nggak?" | "Puas sih. Kemarin baru aja dapat info soal Expo Exmoro yang buka tanggal 20 Desember. Karena aku pengunjung Moro dari dulu, seneng banget dapet info itu secepat itu. Jadi aku bisa langsung agendain buat dateng ke sana pas hari pertamanya." |
| "Wah, emang legend banget ya Moro itu. Terus, seberapa sering sih konten mereka memengaruhi" | "Cukup sering ya. Kalau ada info pameran atau <i>event</i> belanja gitu, biasanya aku langsung ajak temen atau keluarga. Jadi ya konten mereka |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| rutinitas atau rencana jalan-jalan Mbak tiap minggunya?" | memang sering jadi referensi utama aku kalau mau keluar rumah." |
| "Kalau soal kepercayaan nih Mbak, menurut Mbak seberapa kredibel sih @infopurwokerto ini dibanding akun info lokal lainnya?" | "Menurutku kredibel banget. Infonya nggak pernah asal-asalan dan selalu dikemas menarik. Kelebihannya ya itu, mereka cepat banget kasih tahu info yang memang lagi ditunggu-tunggu warga, kayak soal Exmoro kemarin itu." |
| "Terakhir nih Mbak, menurut Mbak interaksi warga di kolom komentar akun itu membangun rasa kebersamaan atau rasa bangga jadi orang Purwokerto nggak?" | "Iya banget. Apalagi pas bahas tempat-tempat lama yang buka lagi, banyak warga yang saling <i>share</i> kenangan di komentar. Di situ aku ngerasa kita punya ikatan emosional yang sama sebagai orang Purwokerto. Jadi ngerasa makin kompak aja sih." |
| "Wah asik banget ya. Oke deh Mbak, makasih banyak ya buat obrolannya. Membantu banget nih buat penelitianku!" | "Sama-sama! Sukses ya buat skripsinya, semangat!" |

Q. Informan: DS (27, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Salam kenal ya Mbak. Makasih banyak sudah mau meluangkan waktunya buat ngobrol sebentar. Oh iya Mbak, buat kelengkapan data skripsiku, kalau boleh tahu nama lengkap Mbak siapa ya?" | "Halo, salam kenal balik. Nama lengkapku DS. Gimana, ada yang mau ditanyain soal penelitianmu?" |
| "Ada Mbak, apa sih tujuan utama Mbak sampai memutuskan buat <i>follow</i> akun @infopurwokerto?" | "Aku <i>follow</i> karena pengen tahu info-info yang ada di sekitar Purwokerto saja sih, ya sekalian buat hiburan juga kalau lagi senggang. Jadi biar nggak kudet (<i>kurang update</i>) sama apa yang terjadi di sekitar kita." |
| "Oh, berarti buat hiburan juga ya. Selain cari info, ada nggak sih kebutuhan lain yang Mbak cari di akun itu yang mungkin nggak Mbak dapetin di akun info lainnya?" | "Mungkin lebih ke rasa kedekatan ya. Kalau di @infopurwokerto itu bahasanya asik dan sering posting hal-hal unik yang lokal banget. Aku butuh konten yang nggak cuma serius, tapi juga bisa bikin senyum atau ngerasa 'oh iya ya, ini Purwokerto banget!'" |
| "Pernah liat konten yang bikin Mbak ngerasa senang atau bangga | "Pernah banget! Pas liat postingan penari Banyumas tampil di Istana |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| nggak sebagai warga sini? Terus seberapa puas Mbak sama cara mereka nyajiin kontennya?" | Negara kemarin. Bangga banget lah liatnya. Akun ini keren menurutku karena kasih info yang membanggakan dan bikin pengikutnya ngerasa terhibur. Aku puas banget sih sama konten-konten yang kayak gitu." |
| "Kalau soal kepercayaan, menurut Mbak Dwi, @infopurwokerto ini seberapa kredibel sih dibanding akun sejenis lainnya?" | "Kredibel sih menurutku. Karena mereka nggak cuma posting berita, tapi juga sering kasih apresiasi ke prestasi-prestasi warga lokal. Kelebihannya ya itu, kontennya positif dan bikin kita ngerasa Purwokerto itu kota yang keren |
| "Terakhir nih Mbak, menurut Mbak interaksi warga di sana, kayak yang sering kasih dukungan di komentar, ngebangun rasa kebersamaan orang Purwokerto nggak?" | "Iya, ngebangun banget. Pas ada berita prestasi gitu kan banyak yang kasih selamat di komentar, di situ aku ngerasa warga kita kompak banget. Ada rasa bangga dan memilikinya itu kerasa banget di komunitas digital mereka." |
| "Wah asik banget ya. Oke deh Mbak, makasih banyak ya buat obrolannya. Membantu banget nih buat tugas skripsiku!" | "Sama-sama! Sukses ya buat skripsinya!" |

R. Informan: RS (22, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Salam kenal ya! Makasih banyak sudah mau bantuin aku buat ngobrol sebentar. Oh iya, buat kelengkapan data skripsiku, kalau boleh tahu nama lengkapmu siapa?" | "Halo! Salam kenal juga. Nama lengkapku RS" |
| "Aku mau tanya, tujuan kamu <i>follow</i> @infopurwokerto ini sebenarnya untuk apa sih? Apa ada info khusus yang kamu incer?" | "Aku <i>follow</i> cuma buat cari info <i>event</i> di Purwokerto aja sih sebenarnya, sama buat bahan <i>scroll</i> aja kalau lagi bosan istirahat kuliah." |
| "Berarti emang buat selingan kalau lagi bosan ya. Tapi selain info <i>event</i> , ada nggak sih kebutuhan lain yang kamu cari di sana yang mungkin nggak kamu dapetin dari <i>explore</i> Instagram atau TikTok?" | "Mungkin lebih ke info yang beneran lokal ya. Kalau di TikTok kan random banget, nah kalau di @infopurwokerto ini aku bisa tahu apa yang lagi kejadian di dekat aku sekarang. Jadi emang butuh info yang 'deket' biar ngerasa nggak ketinggalan zaman aja di sini." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| "Berarti kontennya berasa menghibur banget ya buat kamu? Sejauh ini kepuasan yang kamu dapet gimana setelah <i>follow</i> akun itu?" | "Iya, ngerasa terhibur dan bisa <i>refresh</i> pikiran aja. Banyak info-info menarik yang aku dapet dari situ pas lagi istirahat kuliah. Puas sih, soalnya mereka sering <i>post</i> video-video yang visualnya bagus, jadi enak dilihat pas lagi capek ngerjain tugas." |
| "Seberapa ngaruh sih konten mereka ke rutinitas harianmu? Jadi sering buka tiap hari atau gimana?" | Bisa dibilang sering sih, apalagi kalau lagi jam-jam gabut. Pas bangun tidur atau pas lagi nunggu dosen biasanya aku <i>scroll</i> dulu. Jadi semacam hiburan singkat yang nggak bikin mikir berat." |
| "Kalau soal kepercayaan nih, menurut kamu @infopurwokerto ini seberapa kredibel dibanding akun-akun info sejenis lainnya?" | "Menurutku oke dan terpercaya sih. Mereka nggak cuma asal <i>repost</i> , tapi kayak dikurasi gitu kontennya. Kelebihannya ya itu, mereka tahu banget cara narik perhatian anak seumur kita lewat konten yang simpel tapi dapet infonya." |
| "Terakhir nih, menurut kamu interaksi antar pengikut di kolom komentar akun itu ngebangun rasa kebersamaan atau rasa bangga jadi bagian dari Purwokerto nggak?" | "Ngebangun sih. Kadang kalau ada <i>event</i> yang seru, di kolom komentar banyak yang saling <i>tag</i> temennya, 'Yuk ke sini yuk'. Interaksi kayak gitu bikin aku ngerasa kalau kita warga Purwokerto itu aktif dan suka ngeramein acara bareng-bareng. Jadi ngerasa solid aja." |
| "Oke, makasih banyak ya buat obrolannya. Membantu banget nih buat penelitianku!" | "Iya, sama-sama" |

S. Informan: RA (25, L)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Halo, salam kenal ya! Makasih banyak lho udah sempetin waktu buat ngobrol sebentar. Oh iya Mas, buat kelengkapan data skripsiku, kalau boleh tahu nama lengkapmu siapa?" | "Halo! Nama lengkapku RA. Santai aja, mau tanya-tanya soal @infopurwokerto ya?" |
| "Iya nih Mas. Aku boleh tahu nggak sebenarnya tujuan utama kamu <i>follow</i> @infopurwokerto itu buat apa sih?" | "Aku <i>follow</i> biar tahu ada hal baru apa di Purwokerto, biar nggak bosan aja sih kegiatannya itu-itu aja tiap minggu. Pengennya tuh tiap <i>weekend</i> ada suasana baru gitu." |

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Oalah, biar dapet pengalaman baru ya. Selain cari hal baru, ada nggak sih kebutuhan lain yang kamu cari di akun itu yang mungkin nggak kamu dapetin dari akun lain?" | "Aku butuh kepastian jadwal sama lokasinya sih. Kalau cuma denger kata orang kan kadang nggak jelas. Nah, di @infopurwokerto ini biasanya dikasih tahu detailnya. Jadi aku nggak bakal ngerasa 'kudet' dan bisa ngerencanain mau main ke mana." |
| "Pernah nemu acara gara-gara liat postingan mereka? Sejauh ini kepuasan yang kamu dapet gimana?" | "Pernah, pas akhir Juli kemarin aku ikut Wahana Rumah Hantu Drive Thru di Indogrosir. Itu tahu infonya ya dari akun ini. Kalau nggak liat, mungkin nggak bakal tahu ada acara unik kayak gitu. Puas banget sih, soalnya infonya beneran sesuai sama apa yang aku dapet di lokasi." |
| "Kalau soal kepercayaan, menurutmu seberapa kredibel akun @infopurwokerto ini dibanding akun info lokal lainnya?" | "Kredibel sih. Soalnya mereka sering posting video asli dari lokasi, jadi bukan cuma asal sebar info. Kelebihannya menurutku, mereka pinter banget milih konten yang beneran 'anak muda banget'." |
| "Terakhir nih Mas, menurutmu interaksi warga di kolom komentarnya ngebangun rasa kebersamaan orang Purwokerto nggak?" | "Ngebangun banget. Apalagi kalau ada acara unik kayak rumah hantu itu, di komentar banyak yang saling <i>tag</i> atau ajak temen. Di situ kerasa kalau warga kita tuh haus hiburan dan suka seru-seruan bareng. Jadi ngerasa punya banyak temen se-kota yang satu frekuensi." |
| "Asik banget ya pengalamannya. Oke deh Mas, makasih banyak ya buat obrolannya. Membantu banget nih buat tugas skripsiku!" | "Sama-sama! Sukses ya buat skripsinya, moga cepet lulus!" |

T. Informan: AY (21, P)

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|--|
| "Halo, apa kabar? Makasih ya udah mau luangin waktu buat ngobrol sebentar. Oh iya, buat kelengkapan data skripsiku, kalau boleh tahu nama lengkapmu siapa?" | "Halo! Kabar baik kok. Nama lengkapku AY" |
| Aku liat kamu hobi foto-foto ya di Instagram. Tujuan kamu <i>follow</i> | "Aku seneng fotografi, jadi <i>follow</i> karena pengen dapet info spot alam |

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| @infopurwokerto ini sebenarnya apa sih kalau boleh tahu? | cantik di Baturraden buat objek foto aku. Biar tahu mana yang lagi <i>hits</i> atau yang tersembunyi tapi bagus gitu." |
| "“Oh, seorang fotografer ya! Wah, keren banget. Selain cari spot, ada nggak sih kebutuhan lain yang kamu cari di akun itu? Misalnya biar bisa kenal fotografer lain atau gimana?”" | "Iya, salah satunya biar tahu tren visual di Purwokerto lagi kayak gimana sekarang. Aku juga butuh wadah sebenarnya buat nunjukin hasil karyaku biar orang-orang tahu kalau Purwokerto itu secantik itu kalau difo |
| Terus gimana, kamu ngerasa terbantu banget nggak selama interaksi atau mantau akun ini? Sejauh mana kepuasan yang kamu dapet?" | "Banget! Malah postingan foto aku juga beberapa kali di- <i>repost</i> sama mereka. <i>Branding</i> sama <i>followers</i> aku jadi ikut naik gara-gara itu. Puas banget sih, akun ini beneran jadi jembatan buat hobi aku." |
| "Asik banget bisa di- <i>repost</i> ! Itu ngaruh ke semangatmu buat hunting foto terus nggak sih?" | "Ngaruh banget! Jadi makin semangat deh bikin konten terus. Tiap ada spot baru yang mereka <i>post</i> , aku langsung kepikiran 'Wah, aku harus ke sana dan ambil sudut yang beda'. Jadi kayak ada tantangan tersendiri gitu." |
| "Terakhir nih, menurut kamu interaksi di sana, kayak yang saling puji di kolom komentar atau saling kasih tahu spot foto, ngebangun rasa bangga jadi orang Purwokerto nggak?" | "Iya, kerasa banget" |
| "Oske, Makasih ya," | "Sama-sama!" |

Lampiran 2: Dokumentasi Wawancara Informan



*Dokumentasi Wawancara Informan FA Sabtu 13
Desember 2025*



*Dokumentasi Wawancara Informan AH Sabtu 13
Desember 2025*



*Dokumentasi Wawancara Informan ES Sabtu 20
Desember 2025*



*Dokumentasi Wawancara Informan RS Selasa 23
Desember 2025*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Rehulina Waffa Nur'adni
2. NIM : 224110102039
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 23 Oktober 2003
4. Alamat : Krajan RT 02/RW 05, Kec. Pekuncen,
Kab. Banyumas
5. Nama Ayah : Nur Cholis
6. Nama Ibu : Sofariah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI (Tahun Lulus) : MI Muhammadiyah Krajan (2016)
2. SMP/MTS (Tahun Lulus) : MTs Muhammadiyah Pekuncen (2019)
3. SMA/SMK/MA (Tahun Lulus) : SMK Muhammadiyah 1 Ajibarang (2022)

