

## **Analisis Resepsi Khalayak pada Akun Sosial Media Instagram Pinrang Info**

**<sup>1</sup>Yusran Fahab, <sup>2</sup>Nurhikmah**

<sup>1,2</sup>Institut Agama Islam Negeri Parepare, Parepare, Indonesia

<sup>1</sup>yusranfahab@iainpore. <sup>2</sup>nurhikmah@iainpore.ac.id

### **Abstract**

Media sosial bukan hanya sekadar alat teknologi, melainkan juga merupakan fenomena sosial yang mempengaruhi cara komunikasi, interaksi, dan berbagi informasi diantara individu yang terhubung dalam jaringan tersebut. Pinrang\_Info sebagai salah satu pengguna media sosial Instagram dengan akun Instagram "Pinrang\_Info" media sosial informasi di Kabupaten Pinrang yang dijadikan wadah penyampaian kepada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada akun Pinrang\_Info. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan dan mempermudah pelaksanaan penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan, informan dipilih berdasarkan Purposive Sampling. Teori yang dipakai yaitu teori Encoding Decoding Stuart Hall dan Teori New Media. Hasil dari penelitian ini 1) Instagram Pinrang\_Info sebagai penyedia informasi lokal memiliki jenis informasi yang sering dibagikan, salah satunya informasi seputar Kota Pinrang. 2) Sebagian khalayak berada pada posisi dominan. Di sisi lain, ada yang mengambil posisi negosiasi, menerima sebagian informasi dan tidak untuk beberapa konten yang dianggap kurang informatif atau tidak sesuai harapan. Terakhir, tidak ada narasumber yang secara eksplisit mengambil posisi oposisi.

**Kata kunci:** Instagram, Pinrang Info, Resepsi, Sosial Media

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan konten maupun program di media tradisional kekinian tidak lagi sekedar menempatkan khalayak sebagai objek. Khalayak telah dilibatkan dan menjadi bagian dari produksi sampai pada penyebaran konten atau disebut dengan *audience participation*. Akan tetapi, pelibatan khalayak ini tidak berarti khalayak memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten. Khalayak tetap berada di lingkaran luar institusi media dan tidak semua konten dapat melibatkan khalayak.<sup>1</sup> Membahas perkembangan konten dan program dalam media tradisional saat ini, yang tidak lagi memposisikan khalayak sebagai objek pasif. Khalayak sekarang dilibatkan dalam proses produksi dan penyebaran konten melalui apa yang dikenal sebagai *audience articulation* atau partisipasi khalayak. Namun, penting untuk dicatat bahwa pelibatan khalayak ini tidak berarti bahwa mereka memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten. Perubahan ini mencerminkan evolusi dalam dinamika antara media dan khalayak. Sebelumnya, khalayak hanya menjadi penerima atau konsumen pasif dari konten yang disajikan oleh institusi media. Namun, dengan adanya *audience participation*, khalayak sekarang memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam proses produksi konten tersebut.

Pelibatan khalayak dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Mereka dapat berpartisipasi dengan memberikan masukan, ide, atau kontribusi kreatif dalam pembuatan konten. Misalnya, melalui kolom komentar, voting, atau pemilihan konten yang akan disajikan. Dalam beberapa kasus, khalayak juga dapat diminta untuk mengirimkan konten mereka sendiri, seperti foto, video, atau cerita, yang kemudian dapat diintegrasikan ke dalam program atau konten media. Meskipun khalayak dilibatkan dalam proses produksi, perlu dicatat bahwa mereka masih berada di luar lingkaran institusi media. Artinya, tidak semua konten atau program dapat melibatkan partisipasi khalayak. Institusi media masih memiliki kendali atas produksi dan

<sup>1</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : Simbiosa Rekatama Media,2017). h 94-95.

penyebaran konten, dan mereka tetap memegang peran penting dalam menentukan konten yang diproduksi dan disajikan kepada khalayak. Meskipun terjadi perubahan dalam cara media tradisional berinteraksi dengan khalayak, pembatasan tetap ada. Khalayak tidak memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten, dan institusi media masih memainkan peran penting dalam menentukan arah dan jenis konten yang diproduksi.

Pentingnya Posisi Khalayak dalam Komunikasi Massa dengan Teori Persepsi Komunikasi massa memegang peran penting dalam membentuk pandangan dan pemahaman khalayak terhadap berbagai informasi yang disampaikan. Pemahaman ini dapat dianalisis lebih dalam melalui lensa teori persepsi, yang membahas bagaimana individu mengolah, menyaring, dan memberikan makna terhadap pesan yang diterima. Teori persepsi menunjukkan bahwa setiap individu memiliki filter personal dalam menerima informasi. Pemahaman ini menyoroti betapa pentingnya posisi khalayak dalam konteks komunikasi massa. Berbagai faktor seperti latar belakang budaya, nilai-nilai personal, pengalaman hidup, dan pendidikan memainkan peran dalam membentuk persepsi individu terhadap informasi yang disampaikan oleh media massa.

Permasalahan yang dihadapi adalah strategi apa yang dapat digunakan dalam menfaatkan teknologi media *online* untuk berkomunikasi baik melalui *Instagram*, *Facebook*, *Myspace* atau *Twiter*. Berpijak dari kemajuan teknologi online tersebut, dan semakin banyaknya fasilitas media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi tersebut, *Instagram* sebagai salah satu media online yang merupakan aplikasi digital yang diluncurkan oleh *Smartphone* memiliki fungsi hampir mirip dengan media sosial lainnya seperti *twiter*, namun terdapat perbedaan cara pengambilan gambar atau foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi bagi penggunanya. Disisi lain *Instagram* dapat memberi inspirasi bagi penggunanya disamping dapat meningkatkan kreatifitas, mengingat bahwa *Instagram* memiliki fitur yang dapat membuat foto atau gambar lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus.

Sejalan dengan perkembangannya, *Instagram* yang hingga saat ini usianya baru mencapai sekitar 12 tahun mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini sesuai dengan apa yang digambarkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger “Sejarah *Instagram*” *Online* bahwa sejak peluncuran *Instagram* pada bulan Oktober 2010, telah mendapat popularitas yang tinggi, dimana hanya dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun telah mencapai lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan. Melihat perkembangan dan kemajuan pengguna *Instagram* tersebut, dimana hanya dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun pengguna *Instagram* telah mencapai sekitar 100 juta, di samping bahwa selain *Instagram* masih banyak fasilitas *online* yang ada, maka menurut hemat kami perlu suatu strategi yang digunakan untuk penyampaian informasi melalui *Instagram*.

*Pinrang\_Info* sebagai salah satu pengguna media sosial *Instagram* dengan akun *Instagram* “PINRANG\_INFO” yang memiliki *followers* sebanyak 114 ribu. Tujuan dari *Pinrang\_Info* tidak lain sebagai wadah aspirasi masyarakat terkait keluhan jalanan, akses informasi dikabupaten Pinrang, dan yang utama informasi seputar kegiatan masyarakat, kehilangan dan adanya kebutuhan medis. Sedangkan untuk manfaat dari akun *Instagram* *Pinrang\_Info* sendiri untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat, baik itu politik, kemanusiaan, kejadian, hingga hal – hal yang positif, untuk akun *Pinrang\_Info* sendiri tentu menggunakan suatu strategi dalam menyampaikan informasi kepada pengguna *Instagram* lainnya. Berdasarkan pemaparan sebagaimana telah dikemukakan dan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui jenis informasi di akun media sosial *pinrang\_info* dan mengetahui resepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada akun *pinrang\_info*.

Salah satu penelitian terdahulu dan mempunyai relevansi dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Edy Julianto dan Farid Rusdi pada tahun 2018, Fakultas Ilmu Kominikasi Universitas Tarumanegara, dengan judul “*Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram dengan Tampilan Infografis*” (di Kementerian Perdagangan RI). Penelitian ini adalah penelitian mengenai penggunaan infografis sebagai medium komunikasi dalam menyampaikan informasi, yang berkaitan dengan aktifitas kementerian Perdagangan RI. Studi ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan konsep teori “*medium is the message*” dari Marshall McLuhan, teori elemen desain, dan new media. Hasil penelitian ini oleh Biro Humas Kementerian Perdagangan RI telah melakukan langkah dalam memilih infografis sebagai medium dalam penyampaian informasinya, untuk menarik perhatian sekaligus memudahkan generasi muda memahami isi pesannya.<sup>5</sup> Adapun persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi informasi yang diberikan atau diimplementasikan melalui sosial media berupa *Instagram* dan perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh Edy Julianto dan Farid Rusdi ialah mereka meneliti strategi penyampaian informasi melalui *Instagram* dengan menggunakan tampilan infografis. Pada obyek penelitian ini dimana Edy Julianto dan Farid Rusdi obyek penelitiannya adalah Kementerain Perdagangan RI, sedangkan obyek penelitian penulis adalah akun sosial media pada *Instagram* @pinrang\_info.

## METODE

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: (1) rancangan penelitian; (2) populasi dan sampel (sasaran penelitian); (3) teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen; (4) dan teknik analisis data. Untuk penelitian yang menggunakan alat dan bahan, perlu dituliskan spesifikasi alat dan bahannya. Spesifikasi alat menggambarkan kecanggihan alat yang digunakan sedangkan spesifikasi bahan menggambarkan macam bahan yang digunakan.

Pada penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilakukan dengan cara turun secara langsung melihat informasi seperti apa yang digunakan oleh @pinrang\_info dalam memberitakan. Berdasarkan masalahnya maka penelitian digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mencatat, mendeskripsikan, menganalisis, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi<sup>2</sup>. Penelitian ini dilakukan mencari data yang bersumber dari redaksi @pinrang\_info dan masyarakat pengguna sosial media *Instagram* khususnya di Kabupaten Pinrang. Teknik observasi digunakan untuk mengetahui kondisi di redaksi @pinrang\_info dalam menyusun strategi penyebaran informasi di Kabupaten Pinrang. Dalam hal penelitian ini. Penulis melakukan wawancara terhadap masyarakat di Kabupaten Pinrang, yaitu Nurhaliza, Lutpia, Nigo, Syukur, Ilham, Andry Pratama, Nurhayati, Akma, Hernawati, dan Nurfadillah. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ada 3 yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Bentuk Informasi di Akun Media Sosial *pinrang\_info*

---

<sup>2</sup> Mardalis, *metode penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h.26

Akun Media Sosial *pinrang\_info* menyebarkan informasi mengenai Kota Pinrang, selain itu juga menyebar berita yang terjadi di Sulawesi Selatan dan berita Nasional pada umumnya. Penyebaran informasinya juga tidak hanya terbatas di Kota Pinrang tetapi banyak juga *follower* dari luar Kota Pinrang atau masyarakat Pinrang yang berada di kota lain seperti mererka yang berada pada pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan bahkan yang berada di Provinsi Papua. Bisa diilah pada gambar di bawah ini tampilan awal *Pinrang informasi*. *Pinrang\_Info* memiliki 123 ribu pengikut dengan jumlah postingan hingga saat ini sebanyak 9.719 terdiri dari *feed* dan *reels instagram*. Akun *Pinrang\_Info* dibuat pada ditahun 2017, mesti dibuat pada tahun itu akan tetapi akun ini baru mulai aktif terus menerus menyebarkan informasi sejak 2019 pada saat pandemi sampai sekarang.

Media sosial ini berperan penting dalam penyembaran informasi terbaru di Kota Pinrang. Informasi yang disebarluaskan memiliki jenis beragam, mulai dari kriminal, kuliner, wisata dan promosi UMKM. Pengalaman melalui *Pinrang\_Info* tak hanya sekadar mengonsumsi informasi, tetapi juga tentang merasakan keterlibatan dalam komunitas yang lebih besar. Dengan interaksi yang proaktif antara pembuat konten dan pengikutnya, akun ini menjadi pusat diskusi, pertukaran ide, dan wadah untuk memperkuat keterikatan sosial di antara warga Pinrang. Keberadaan *Pinrang\_Info* juga mencerminkan keberagaman informasi yang disajikan. Melalui gambar, video, teks informatif, dan bahkan kadang kala dengan humor yang cerdas, akun ini mempersempit beragam cara untuk mengakses dan memahami berbagai informasi yang relevan bagi masyarakat.

Akun ini bukan hanya sekadar aliran informasi konvensional, akan tetapi adalah sumber daya informasi yang aktif dan terus berkembang, menyediakan wawasan mendalam tentang kehidupan sehari-hari, perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya di Pinrang. Dengan cara yang kreatif dan informatif, *Pinrang\_Info* menghadirkan berbagai bentuk informasi, mulai dari pengumuman acara lokal, peristiwa penting, promosi kegiatan masyarakat dan lain-lain. Secara singkat jenis informasi ini dapat di lihat atau dipahami melalui gambar tabel di bawah ini:

Tabel 1. Bentuk informasi di akun media sosial *pinrang\_info*

No	Jenis Informasi	Waktu Postingan	Jumlah Informasi
1	Informasi seputar kota pinrang	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	25 Posstingan
2	Informasi kriminalitas	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	12 Postingan
3	Informasi usaha / umkm	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	25 Postingan
4	Informasi lokasi wisata	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	2 Postingan
5	Informasi seputar pemerintahan kota pinrang	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	10 Postingan
6	Informasi pemberitaan nasional	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	20 Postingan
7	Informasi orang hilang	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	3 postingn
8	Informasi prestasi warga pinrang	1 Desember 2023 – 20 Desember 2023	4 postingan
9	Informasi lowongan pekerjaan	7 November 2023 – 20 Desember 2023	3 postingan
10	Informasi event	7 November 2023 – 20 Desember 2023	7 Postingan

Secara lengkap bentuk informasi yang disajikan oleh akun *instagram Pinrang\_Info* terdiri dari beberapa bentuk sebagai berikut :

### **Informasi Seputar Kota Pinrang**

Sesuai dengan panamaan akun tersebut, akun ini banyak membahas tentang kejadian seputar kota pinrang. Informasi yang diberikan terkait Kota Pinrang tidak hanya sekedar kegiatan pemerintahan, tetapi segala aspek kehidupan yang terjadi di kota ini. *Pinrang\_Info* sebagai akun infomasi yang bahas tentang Pinrang sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan info terbaru terlebih hal itu mengenai sesuatu yang baru di kota tersebut. Melalui konten yang informatif dan inspiratif, Instagram *Pinrang\_Info* menjadi jendela bagi orang-orang dari berbagai belahan dunia untuk mengetahui potensi luar biasa yang dimiliki oleh Kota Pinrang. Beberapa gambar tentang informasi seputar Kota Pinrang yang memberikan informasi seputar kota ini dalam beberapa waktu. Terhitung sejak 1 Desember 2023 hingga tanggal 20 Desember 2023.



Gambar 1 (kiri) memberikan informasi bahwa telah terlaksana kegiatan BPC Hipmi Pinrang, mengadakan Rakercab dengan mengangkat tema Maksimalkan potensi pengusaha muda bumi lasinrang. Gambar Gambar 1 (kanan) menginformasikan kepada masyarakat pinrang bahwa telah terjadi sebuah prestasi membanggakan Kota Pinrang dengan menangnya Bola Basket Pemuda(i) di kompetisi Bupati CUP Polewali Mandar VOL.12023. Kegiatan yang dilaksanakan di Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat.

## Informasi Kriminalitas

Informasi mengenai kriminalitas menjadi info yang paling banyak diinfokan setelah seputar Kota Pinrang oleh akun ini. Kejadian kriminal setiap minggu pasti akan menghiasi Feed dari *Pinrang\_Info*. Info ini tidak hanya terbatas pada Kota Pinrang saja, akan tetapi juga di luar wilayah dan masuk dalam pemberitaan nasional. Terhitung dari tanggal 20 Desember hingga tanggal 1 Desember ada 9 kasus kriminalitas yang diinfokan oleh akun tersebut. Bisa dilihat pada gambar di bawah, informasi tentang kriminalitas yang di *Upload* akun *Pinrang\_Info*:



Kedua gambar tersebut adalah berita yang membahas tentang kriminalitas yang terjadi di Kota Pinrang. Gambar sebelah kiri menerangkan tentang kejadian pencurian ayam ketawa yang

terjadi di wilayah Pinrang. Sedangkan gambar satunya (kanan) tentang modus penipuan sarang walet yang pelakunya telah ditangkap oleh Polisi setempat.

### Informasi Usaha / UMKM

Berikutnya informasi yang juga signifikan dibahas pada akun *Pinrang\_Info* yaitu tentang informasi jualan atau promosi usaha baik perorangan maupun perseroan. Informasi yang biasanya disebarluaskan terkait produk yang ditawarkan, *grand opening*, diskon atau pembukaan cabang baru. *Pinrang\_Info* banyak update tentang promosi usaha yang bahkan lebih banyak menghiasi dibandingkan dengan informasi kota pinrang itu sendiri. Pada gambar di bawah ini bisa dilihat promosi yang bahkan di pinned sehingga selalu tampil teratas.



Gambar 3. Informasi promosi usaha

Terlihat pada gambar 3 bahwa desain dari poster nya tidak memiliki frame yang mencirikhsaskan *Pinrang\_Info*. Pada gambar promosi Baju Bodo (kiri) usaha ini berlokasi di Kota Pinrang dan sedang mengadakan promo spesial akhir tahun. Sedangkan gambar sebelahnya (kanan) menampilkan usaha sablon baju yang juga sedang mengadakan promosi Kaos Partai dengan harga yang terbilang cukup murah untuk sebuah baju.

### Informasi Lokasi Wisata

Akun instagram *Pinrang\_Info* juga tidak melupakan memberikan informasi seputar tempat wisata yang ada di Wilayah Kabupaten Pinrang. *Pinrang\_Info* beberapa kali mempromosikan dalam bidang sektor wisata sehingga masyarakat bisa tau dimana saja lokasi yang dapat dikunjungi. Salah satu tempat wisata yang terbaru (16 Desember 2023) dipromosikan pada akun *Pinrang\_Info* yaitu Pantai wisata yang berada pada kecamatan Suppa.

### Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang

Selain seputar Kota Pinrang akun *Pinrang\_Info* juga memberikan infomasi seputar pemerintahan kota. Informasi yang diberikan membahas terkait program yang dijalankan oleh pemerintahan, beserta prestasi apa saja yang telah didapatkan. Terdapat juga informasi mengenai apa saja yang dilakukan oleh Bupati Kota Pinrang. Misal pada gambar di bawah ini.



Gambar 4 Informasi pemerintah Kota Pinrang

Gambar 4 memperlihatkan kegiatan Bupati Pinrang dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin. Gambar sebelah kiri memperlihatkan Bupati Pinrang menghadiri acara maulid di Kecamatan Cempa. Gambar yang berada pada sebelah kanan memperlihatkan Bupati Pinrang sedang dalam acara penyerahan SK 10 tenaga PPPK Pemerintahan Pinrang.

## Informasi Pemberitaan Nasional

*Pinrang\_Info* tidak hanya memberikan informasi lokal, tapi juga memberikan infomasi kejadian yang terjadi diluar Kota Pinrang. Yaitu memberikan informasi pemberitaan nasional, sehingga masyarakat juga bisa mengikuti perkembangan yang terjadi di luar Kota pinrang.



Gambar 5 Informasi Pemberitaan Nasional

Pemberitaan nasional mengenai kenaikan Cukai Gambar 5 (kiri) yang akan berimbas pada kenaikan rokok makin mahal. Sedangkan pada Gambar 5 (kanan) memberikan infomasi yang terjadi di Ibu Kota Sulawesi Selatan, berita yang berisi tentang perilaku oknum penyidik kepada warga yang melapor kasus penipuan.

## Informasi Orang Hilang

Beberapa informasi orang pinrang yang menjadi orang yang hilang entah di luar Sulawesi ataupun yang masih di sekitaran kota pinrang. Informasi ini temasuk yang sangat jarang

diposting oleh akun *Pinrang\_Info*. Seperti pada postingan 2 Desember 2023 tentang orang Pinrang yang hilang di Kaltim.

### **Informasi Prestasi Warga Pinrang**

Bentuk informasi ini seputar masyarakat pinrang yang mempunyai prestasi yang membanggakan, baik dalam tingkat provinsi maupun tingkat nasional. Seperti pada postingan tanggal 12 Desember 2023 tentang 2 putra pinrang yang berhasil meraih 3 medali emas, pada kegiatan Adidaya Ormawa 2023 Kemendikbudristek RI. Postingan lain tanggal 29 November 2023, seorang mahasiswa asal Katteong(Kec. Mattiro Sompe) bernama Sri Nurinda Sari Arsyad mencatatkan prestasi di Malaysia.

### **Informasi Lowongan Pekerjaan**

Selain informasi seputar kejadian, ada juga bentuk informasi tentang lowongan pekerjaan. Tak dipungkiri bahwa saat ini lowongan kerja sangat banyak dicari oleh sebab itu *Pinrang\_Info* dapat membantu masyarakat dengan postingan tersebut. Misal postingan pada tanggal 7 November 2023 terdapat lowongan kerja dengan posisi *Digital Maketer*. Selain itu ada juga pada tanggal 9 November 2023 tantang lowongan pekerjaan sebagai *Sales Online*.

### **Informasi Event**

Informasi terakhir yang ada pada *Pinrang\_Info* yaitu tentang Event. Bentuk informasi ini termasuk jarang yang ada, sebab tidak setiap waktu diadakan event di Kota Pinrang. Event terakhir yang diposting berasal dari kampus IAIN parepare yang sedang membuka tenant untuk pelaku usaha dalam kegiatan mereka. Informasi ini diposting pada tanggal 6 Desember 2023. Event yang di adakan di Kota Pinrang yang di posting pada 4-5 November 2023 bernama Color Run.

### **Resepsi Khalayak Masyarakat Terhadap Informasi *pinrang\_info***

Perkembangan sebuah akun informasi seperti *Pinrang Informasi* salah satunya bisa dilihat dari resepsi khalayak masyarakat. Teori resepsi khalayak membagi masyarakat menjadi tiga kelompok yaitu, dominan, negosiasi, dan oposisi. Dalam konteks dominan, terjadi ketika media menyampaikan pesan dan khalayak menerima pesan tersebut sejalan dengan ideologi dominan. Sebaliknya, dalam posisi negosiasi, umumnya terjadi penerimaan terhadap ideologi dominan, namun dengan penolakan pada kasus-kasus tertentu. Sementara itu, posisi oposisi muncul ketika khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan media dengan pesan alternatif sesuai dengan pemikiran mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

*Pinrang\_Info* memberikan infomasi yang cepat dan *update* dalam pemberitaan. Khalayak merasa dengan mengikuti *Pinrang\_Info* mereka bisa jauh lebih cepat mendapatkan infomasi tetang kejadian di Kota Pinrang. Seperti narasumber yang bernama Lutpia, dia merasa bahwa *Pinrang\_Info* memberikan informasi yang update terkait kejadian yang terjadi di kota pinrang,

“Karena dengan adanya *Pinrang\_Info* kita lebih cepat mendapat informasi yang update sedang terjadi, meskipun pada postingannya tidak semua tentang informasi seputar Pinrang tapi akun tersebut begitu cepat dan update karena sering kali memposting kiriman dari warga lokal yang mendapatkan informasi seputar Pinrang”<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

Pernyataan di atas menandakan bahwa Lutpi, terbantu dengan adanya media informasi seperti *Pinrang\_Info* update. Walaupun dia juga menyadari bahwa tidak semua yang di posting oleh *Pinrang\_Info* terjadi di Kota Pinrang. Menurutnya postingan itu bisa cepat karena *Pinrang\_Info* juga memposting kiriman dari masyarakat Pinrang tentang kejadian terbaru yang terjadi. Selaras dengan pernyataan di atas ilham sebagai warga Kota Pinrang juga mengikuti *Pinrang\_Info* karena merasa bisa mendapatkan informasi dengan cepat.

“Faktor yang paling utama kenapa saya memfollow akun *Pinrang\_Info*, karena bisa memberikan akses informasi yang cepat terkait kabar-kabar yg beredar baik dalam kota maupun di luar kota pinrang”<sup>4</sup>

Ilham mengikuti perkembangan Kota Pinrang dengan mendapatkan informasi dari akun *Pinrang\_Info*. Dengan kecepatan *Pinrang\_Info* memberikan informasi kepada masyarakat itu bisa menyebarkan berita yang cepat. Selain informasi yang berasal dari Kota Pinrang, ada juga beberapa informasi daerah lain yang tengah menjadi perbincangan masyarakat lainnya. Kebanyakan pengikut dari *pinrang\_info* yang sempat di wawancara oleh penulis mengatakan bahwa mereka mengetahui akun tersebut dari teman mereka yang terlebih dahulu mengetahuinya. Seperti narasumber bernama Nurhayati, Hernawati, Nurfadilla dan Andry serentak menjawab dari teman.

“Kebanyakan pengikut dari *pinrang\_info*

“Dari ig story teman”<sup>5</sup>

“Dari berita yang di bagi oleh teman saya”<sup>6</sup>

“Pertama kali mengetahui akun pinrang info dari teman”<sup>7</sup>

“Dari teman, yang aktif bermedia sosial menyarankan saya untuk mengikuti akun tersebut.”<sup>8</sup>

Beberapa yang lain mengikuti akun *pinrang\_info* dari unggahan yang lewat di beranda instagram mereka. Seperti Syukur dan Akma yang mulai mengikuti akun tersebut setelah melihat postingan yang *pinrang\_info* unggah ke *instagram*.

“Saya mengetahui tentang akun Instagram tentang info melalui berita-berita yang diupload setiap saat setiap ada kejadian-kejadian yang terjadi di kota Pinrang”<sup>9</sup>

“Mengetahui tentang akun Instagram Pinrang info itu sendiri melalui berbagai unggahan-unggahan yang dilakukan oleh Pinrang info terkait beberapa bencana yang pada saat itu terjadi di Kota Pinrang”<sup>10</sup>

Jawaban yang syukur dan Akma berikan menjadi alasan pembeda sumber informasi tentang akun *instagram pinrang\_info* dapatkan. Keduanya sama-sama memiliki persamaan yaitu tidak mendapatkan informasi dari teman akan tetapi direkomendasikan langsung oleh *instagram*. Kecepatan dalam menyajikan informasi membuktikan Instagram *Pinrang\_Info* sebagai salah

<sup>4</sup> Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Warkop Amure , pada tanggal 04 November 2023

<sup>5</sup> Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>6</sup> Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>7</sup> Nurfadilla, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>8</sup> Andry Pratama, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>9</sup> Akma, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>10</sup> Syukur, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

satu yang terdepan dalam menyediakan berita terkini. Di tengah laju cepat perubahan dalam dunia digital, keterampilan untuk memberikan pembaruan dengan segera menjadi keunggulan yang sangat diapresiasi oleh pengguna. Oleh karena itu, Instagram *Pinrang\_Info* menjadi destinasi favorit bagi mereka yang mencari informasi terbaru seputar acara, kegiatan, atau peristiwa penting lainnya.

Dalam era digital yang terus berkembang, Instagram *Pinrang\_Info* telah meraih perhatian luas dari masyarakat Pinrang. Popularitasnya sebagai platform media sosial yang digemari tidak hanya bersumber dari reputasinya sebagai sumber informasi yang selalu terkini, tetapi juga kemampuannya dalam menyajikan konten yang relevan. Pilihan konten yang up-to-date menciptakan rasa keterikatan pengguna dengan peristiwa terbaru di sekitar mereka, mulai dari peristiwa lokal hingga isu nasional. Sebagai hasilnya, Instagram *Pinrang\_Info* menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Tidak mengherankan jika Instagram *Pinrang\_Info* kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital masyarakat Pinrang. Kombinasi keakuratan, kecepatan, dan interaksi yang ditawarkan oleh media sosial ini menjadikannya opsi terdepan bagi mereka yang ingin tetap terhubung dengan perkembangan dunia sekitar dengan cara yang efektif dan efisien. Selain alasan karena cepat dan update, ada juga beberapa masyarakat yang mengikuti *Pinrang\_Info* sebab hanya ingin mendapatkan informasi dan pengetahuan baru tentang Kota Pinrang. Seperti seorang konter kreator asal pinrang bernama Nigo, yang mengikuti *Pinrang\_Info* karena informasi seputar Kota Pinrang.

“Saya mengikuti *Pinrang\_Info* di *Instagram* lebih karena alasan informasi dan pengetahuan. Terlepas dari kurangnya minat pribadi saya, saya merasa penting untuk tetap memperoleh pemahaman tentang kejadian dan perkembangan di kota Pinrang”<sup>11</sup>

Dalam wawancara, sang konten kreator menyampaikan bahwa keputusannya untuk mengikuti akun Instagram *Pinrang\_Info* didasarkan pada motivasi utama, yaitu keinginan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan. Meskipun mengakui adanya kurangnya minat pribadi dalam hal tersebut, narasumber menegaskan bahwa dirinya merasa penting untuk tetap *up-to-date* dengan kejadian dan perkembangan di Kota Pinrang. Menurutnya, keikutsertaannya dalam mengikuti akun tersebut bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan pribadi, melainkan untuk memastikan bahwa ia tetap memiliki pemahaman yang memadai tentang apa yang terjadi di sekitarnya. Hal ini mencerminkan sikap proaktif dalam mencari informasi yang tidak hanya memengaruhi kehidupan pribadi tetapi juga kondisi dan peristiwa di lingkungan sekitar.

Para pengguna Instagram *Pinrang\_Info* menunjukkan berbagai macam tanggapan yang menarik terhadap platform ini. Sebagai sumber informasi lokal, Instagram *Pinrang\_Info* memiliki peran signifikan dalam menyampaikan berita dan peristiwa terkini di Pinrang. Beberapa pengguna mungkin mengalami tanggapan posisi dominan, di mana mereka menerima pesan dari Instagram *Pinrang\_Info* sejalan dengan ideologi dan perspektif yang diusung oleh akun tersebut. Mereka mungkin melihatnya sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan relevan untuk memahami perkembangan terbaru di daerah mereka. Di sisi lain, ada pengguna yang mengadopsi posisi negosiasi terhadap Instagram *Pinrang\_Info*. Meskipun secara umum menerima informasi dari akun tersebut, mereka mungkin memiliki penolakan

---

<sup>11</sup> Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

atau pertanyaan tertentu terhadap konten tertentu. Ini bisa mencakup kekhawatiran terkait validitas informasi atau interpretasi yang diberikan.

Kemudian, terdapat juga pengguna yang menghadirkan tanggapan dalam posisi oposisi. Mereka mungkin secara kritis mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan oleh Instagram *Pinrang\_Info* dengan pandangan atau pemikiran alternatif mereka. Hal ini bisa mencerminkan ketidaksetujuan terhadap sudut pandang yang diusung oleh akun tersebut atau upaya untuk mencari perspektif yang lebih beragam. Dengan demikian, tanggapan pengguna terhadap Instagram *Pinrang\_Info* mencerminkan dinamika kompleks dalam interaksi antara media sosial dan individu. Hal ini juga menekankan pentingnya untuk memahami bahwa setiap individu dapat memiliki pendekatan yang berbeda terhadap platform tersebut, menciptakan spektrum tanggapan yang luas dan beragam.

### **Posisi Dominan**

Posisi dominan mengacu pada situasi di mana media menyampaikan pesan dan khalayak menerimanya. Dalam hal ini khalayak menerima apa saja yang di upload oleh *Pinrang\_Info* sebagai sebuah informasi yang terverifikasi dan dapat dipercaya. Misal narasumber yang bernama Nigo, dia merasa konten yang dibagikan oleh *Pinrang\_Info* sangat berguna bagi banyak orang dan relevan dengan kebutuhan informasi Kota Pinrang.

“Menurut saya, kontennya dapat berguna bagi banyak orang yang peduli tentang berita dan informasi lokal. Meskipun saya tidak selalu terlibat dalam konten tersebut, saya menghargai upaya mereka dalam menyebarkan informasi relevan”<sup>12</sup>

Pendapat Nigo bahwa Menurutnya, konten dianggap bermanfaat bagi banyak orang yang peduli dengan berita dan informasi lokal. dia menyadari bahwa informasi yang disampaikan dapat memberikan manfaat kepada banyak orang yang membutuhkan pemahaman tentang kejadian dan peristiwa di sekitar mereka. Selain itu konten kreator ini juga, percaya dengan informasi yang diberikan oleh *Pinrang\_Info*, sebab *Pinrang\_Info* menjadi sumber informasi yang dapat di andalkan. Dia mengatakan bahwa :

“Saya cenderung percaya pada keaslian dan kredibilitas informasi yang mereka bagikan, karena saya menganggap mereka sebagai sumber berita lokal yang dapat diandalkan.”<sup>13</sup>

Nigo telah menganggap apa yang di informasikan *Pinrang\_Info* sebagai sumber berita yang dapat diandalkan. Dari pernyataan ini dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa Nigo adalah orang yang termasuk dalam posisi Dominan. Krator ini, selalu memahami dan menerima pesan yang disampaikan oleh *Pinrang\_Info*. Selain Nigo, ada juga narasumber bernama Nurhaliza yang mengetahui *Pinrang\_Info* setelah akun tersebut telah banyak di share oleh teman-temannya. Adapun alasan Lisa mengikuti akun *Pinrang\_Info* karena menurutnya, *Pinrang\_Info* update membagikan informasi setiap harinya. Nurhaliza berpendapat bahwa *Pinrang\_Info* memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhannya.

---

<sup>12</sup> Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto , pada tanggal 03 November 2023

<sup>13</sup> Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto , pada tanggal 03 November 2023

“Ya tentu saja, karena saya juga tinggal dipinrang tentunya infonya penting untuk diketahui”<sup>14</sup>

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa lisa merasa bahwa kerana dia tinggal di Kota Pinrang maka penting untuk mengetahui informasi terbaru mengenai kota tersebut. Salah satu caranya dengan mengikuti akun instagram *Pinrang\_Info* sebagai penyalur infomasi seputar Kota Pinrang. Selain itu Lisa juga merasa tidak pernah dikecewakan oleh pemberitaan yang diberikan oleh *Pinrang\_Info*. *Pinrang\_Info*, menurut Lisa memberikan informasi terhadap kejadian yang terjadi di Kota Pinrang.

“Saya sangat menghargai konten yang dibagikan oleh *Pinrang\_Info* di Instagram. Kontennya memberikan wawasan yang berharga tentang berita dan perkembangan terkini di kota Pinrang. Saya merasa kontennya sangat relevan dan informatif. Upaya mereka dalam menyajikan informasi lokal dengan cepat dan akurat memberikan nilai tambah bagi saya yang ingin tetap terhubung dengan berita lokal. Saya merasa konten mereka membantu meningkatkan pemahaman saya tentang peristiwa di sekitar saya, dan saya menganggapnya sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.”<sup>15</sup>

Masyarakat Kota Pinrang seperti Lisa ini juga termasuk ke dalam posisi dominan. Lisa sebagai pengikut akun *Pinrang\_Info* memahami dan menerima informasi yang diberikan. Terlebih ketika info itu menyangkut tentang Kota Pinrang dan edisi kuliner hits di kota tersebut. Di sisi lain, juga ada Nurhayati seorang wiraswasta yang mengikuti *pinran\_info* dari rekomendasi temannya. Memiliki sudut pandang yang sama dengan Nigo dan Lisa menurutnya saat ini akun tersebut sudah cukup baik dalam memberikan informasi dengan konten yang dimuat.

“Pinrang info sudah cukup baik sebagai media yang membagikan informasi terkini”<sup>16</sup>

Nurhayati juga merasa infomasi yang disebarluaskan telah mengcakup beberapa jenis informasi, seperti kebakaran, kecelakaan dan pemadaman listrik yang sering terjadi di Kota Pinrang. Hayati kerap membagikan postingan dari *pinrang\_info* kepada pengikutnya terlebih jika itu berisi info yang penting. Pandangannya tentang akun ini baik terlebih memiliki manfaat kepada masyarakat Pinrang.

“Saya merasa Konten yang dibagikan oleh *pinrang\_info* bermanfaat terkhusus untuk masyarakat daerah Pinrang”<sup>17</sup>

Seorang Mahasiswa yang bernama Akma juga memiliki kecenderuan menempati posisi oposisi. Sebab Akma merasa bahwa *pinrang\_info* memberikan pengetahuan kepada masyarakat kota Pinrang sampai saat ini belum pernah merasa kecewa dengan postingan yang diunggah oleh akun tersebut.

“Menurut pendapat saya tentang konten yang dibagikan oleh *Pinrang\_Info* di Instagram itu sangat bagus karena bisa memberikan pengetahuan terhadap

---

<sup>14</sup> Nurhaliza, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara melalui Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

<sup>15</sup> Nurhaliza, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara melalui Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

<sup>16</sup> Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>17</sup> Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

masyarakat atau info terhadap masyarakat tentang contoh mulai dari kuliner dan lain-lain yang ada di kota Pinrang”<sup>18</sup>

Wawancara di atas juga menjelaskan bahwa Akma merasa info seperti kuliner memiliki manfaat untuk diinfokan kepada masyarakat kota Pinrang. Adanya informasi tersebut dapat meningkatkan pendapatan UMKM yang sedang merintis usaha. Manfaat itu akan langsung berimbas kepada masyarakat sebagai konsumen dan pengusaha. Adapula Hernawati yang juga mendapatkan informasi dari temannya mengenai akun *pinrang\_info*. Alasan Wati mengikuti akun tersebut karena untuk mendapatkan informasi terbaru dari Kota Pinrang. Infomasi terkait kejadian apa saja yang terjadi .

“Saya mengikuti Pinrang info tentu saja untuk mendapat informasi yang update terkait kejadian yang ada di Pinrang”<sup>19</sup>

Hernawati yang tidak pernah berkomentar pada akun *pinrang\_info*, hanya memberikan *like* kepada unggahan menarik menurutnya. Walaupun Wati merasa admin *pinrang\_info* kurang respon terhadap komentar yang diberikan, Wati tetap menyukai postingan tersebut terlepas dari respon admin.

“Terkait konten yang di share oleh Pinrang info sejauh yang saya lihat ada yang bermanfaat seperti peristiwa yang di bagikan cukup up to date.”<sup>20</sup>

Narasumber yang menempati posisi oposisi juga dimiliki oleh Andry seorang yang bekerja sebagai barista. Andry berpendapat bahwa tidak pernah kecewa dengan unggahan yang dilakukan oleh *pinrang\_info*. Selain itu Andry merasa cukup yakin dengan keakuratan dan kefaktualan dari postingan yang dibuat oleh akun tersebut.

“Cukup akurat dan faktual, karena memang saya orang pinrang asli yah dan senantiasa melihat kejadian sekitar jadi kalau info di *pinrang\_info* pasti bisa dipastikan”<sup>21</sup>

### **Posisi Negosiasi**

Posisi ini mencerminkan penerimaan umum seperti yang dilakukan oleh posisi dominan, namun dengan penolakan dalam kasus-kasus tertentu. Posisi ini pada dasarnya sepahaman dengan apa yang dilakukan oleh *Pinrang\_Info*, akan tetapi tetap ada beberapa hal yang tidak disukai oleh khalayak. Beberapa khalayak ini menerima tapi juga bisa saja menolak disaat bersamaan. Ada dua narasumber yang memiliki menempati posisi seperti ini, yaitu narasumber yang bernama Lutpia dan Ilham. Misal dari Lutpia, mengatakan bahwa dirinya terkadang merasa apa yang disebarluaskan oleh *Pinrang\_Info* memberikan informasi yang kurang informatif.

“Pernah. Saya merasa kecewa karena beberapa konten atau interaksi yang saya temui di akun Instagram *Pinrang\_Info* tidak selalu sesuai dengan harapan saya. Terkadang, konten tersebut mungkin kurang informatif atau tidak sesuai dengan minat saya. Namun, penting untuk diingat bahwa kekecewaan tersebut tidak selalu

---

<sup>18</sup> Akma, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>19</sup> Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>20</sup> Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>21</sup> Andry Pratama, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

berarti bahwa saya merasa keseluruhan akun tersebut buruk, tetapi lebih kepada perbedaan preferensi pribadi.”<sup>22</sup>

Narasumber merasa beberapa konten yang di terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Walaupun begitu Lutpia tak menampik bahwa tidak semua konten yang disebarluaskan oleh *Pinrang\_Info* itu mengecewakan. Hanya beberapa konten yang menurutnya tidak sejalan dengan yang dia harapkan, terbukti dengan Lutpia tetap me-repost postingan *Pinrang\_Info* ketika itu memang informatif menurutnya.

“Pernah. Saya pernah membagikan konten dari *Pinrang\_Info* di Instagram ke akun saya sendiri karena saya merasa kontennya sangat informatif dan relevan dengan minat dan pengikut saya. Saya ingin berbagi informasi bermanfaat tersebut dengan teman-teman dan pengikut saya”<sup>23</sup>

Lutpia menganggap bahwa ketika itu konten yang informatif dan relevan dengan apa yang dia harapkan, maka itu layak untuk dibagikan kepada orang lain melalui *Instagram* milik pribadinya. Posisi Narasumber ini berada pada posisi negosiasi karena memiliki pemikiran yang sejalan dengan apa yang di posting oleh *Pinrang\_Info* walaupun tidak dengan beberapa hal. Terlebih narasumber merasa bahwa informasi yang diberikan oleh *Pinrang\_Info* masih terkesan tebang pilih.

“Pendapat saya sudah bagus namun dalam memposting informasi itu tidak menyeluruh terkadang admin yang mengendalikan *Pinrang\_Info*, bisa memposting kiriman jika ada feedback yang diberikan meskipun itu adalah informasi seputar Pinrang....”<sup>24</sup>

Posisi narasumber sebagai negosiasi, telah memberikan kritikan dan sekaligus masukan sebagai pengikut *Pinrang\_Info* di media sosial *Instagram*. Selain Lutpia, Nasumber lain yang bernama Ilham juga memiliki pendapat yang tidak begitu jauh dengan yang dikatakan oleh Lutpia. Ilham mengatakan bahwa dia merasa sering di kecewakan dengan postingan dari akun *Pinrang\_Info*. “.... saya kecewa karena menurut saya admin *Pinrang\_Info* seperti memonopoli endorse atau artis yang hanya dia akrab saja sehingga usaha umkm lainnya susah untuk bersaing, karena faktor iklan dan ketenaran”<sup>25</sup>

Ilham merasa beberapa postingan *Pinrang\_Info* tidak berimbang dalam mengelola konten iklan yang tidak terlalu memihak kepada UMKM yang ada di Kota Pinrang. Narasumber yang mengikuti akun *Instagram Pinrang\_Info* atas rekomendasi dari teman-temannya tidak menerima beberapa postingan yang terlalu banyak iklan dari *circle* atau yang akrab saja dengan pengelolah akun. Seharusnya pemilik akun menyeimbangkan ketika ingin memposting sesuatu yang berbau iklan. Baik itu dari artis maupun UMKM sekitar yang berada pada Kota Pinrang.

Penggemar berita kriminal ini juga merasa bahwa beberapa berita yang di sebarkan oleh *Pinrang\_Info* terkadang tidak dicek kebenarannya terlebih dahulu. Ilham akan selalu

---

<sup>22</sup> Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

<sup>23</sup> Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao, pada tanggal 03 November 2023

<sup>24</sup> Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

<sup>25</sup> Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Warkop Amune , pada tanggal 04 November 2023

berinteraksi melalui fitur komen atau bahkan langsung mengubungi admin via DM (Direct Message).

“saya pernah berinteraksi dengan akun *Pinrang\_Info* baik komen maupun Dm secara langsung, bahkan saya dm *Pinrang\_Info* agar info yang di share di saring terlebih dahulu kebenarannya”<sup>26</sup>

Walaupun narasumber tidak menerima beberapa informasi yang relevan dengan dirinya dia merasa tetap menerima berita yang lain. Dari beberapa penyataan Ilham, peneliti menganggap bahwa Ilham termasuk dalam posisi negosiasi yang mana menerima sebagian inforamasi yang diberikan oleh akun *Pinrang\_Info*. Selain itu, Ilham juga merasa dengan keberadaan *Pinrang\_Info* memberikan dampak positif terhadap informasi yang dibagikan kepada masyarakat Kota Pinrang. Disisi lain Syukur sebagai seorang pekerja *Freelance* juga pernah merasa kecewa dengan postigan yang di unggah oleh *Pinrang\_Info* karena kontenya tidak menyensor hal yang mesti tidak diperlihatkan. Syukur berpendapat seharusnya saat info kecelakaan mesti mensensor bagian-bagian yang kurang baik untuk diperlihatkan.

“Pernah waktu itu karena ada beberapa kasus kemarin contohnya kasus kecelakaan kemarin dan mestinya korban itu harus diblur tetapi tidak dilakukan. Sehingga ini dapat mencederai kehormatan korban, juga kami merasa sebagai pengikut merasa kecewa karena tidak sesuai dengan berita-berita yang semestinya untuk dibaca”<sup>27</sup>

Syukur sebagai pengikut merasa dengan tidak melakukan penyensoran maka itu dapat mencederai kehormatan korban dan keluarga sebab bisa jadi itu adalah sebuah aib. Walaupun begitu Syukur tetap mengikuti akun ini karena dapat membantu dalam mendapatkan informasi yang update tentang Kota Pinrang, terutama berita yang sesuai dengan kebutuhannya yaitu tentang informasi kebencanaan. Mirip dengan yang lain, yang masuk pada posisi negosiasi bernama Nurfadilla. Nurfadilla merasa bahwa *pinrang\_info* telah bagus dalam memberikan infomasi kepada masyarakat, akan tetapi ada beberapa konten yang menurutnya tidak perlu untuk di unggah.

“Konten yang di bagikan pinrang info cukup membantu dan bermanfaat untuk memudahkan Masyarakat mengetahui kejadian<sup>2</sup> sekitar kabupaten Pinrang. Walaupun terkadang ada konten yang rasanya tidak perlu untuk dishare.”<sup>28</sup>

Menurutnya akun tersebut mestinya mengsoftir informasi apa saja yang layak untuk diunggah ke media sosial. Informasi seharusnya sesuai dengan kebutuhan orang Pinrang sehingga bisa meminimalisir konten yang tidak perlu untuk di unggah di *instagram*.

### **Posisi Oposisi**

Seperti yang di jelaskan pada Tinjauan Teori, bahwa posisi oposisi terjadi ketika khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan media dengan pesan alternatif sesuai dengan pemikiran mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Semua yang berada pada posisi oposisi dominan diisi oleh Khalayak yang memiliki jenis kelamin Perempuan. Mulai dari Lisa, Akma, Hernawati, dan Nurhayati. Sisanya seperti Andry dan Nigo berjenis kelamin Laki-laki. Selain pada jenis gender, latar belakang mereka juga mempengaruhi. Kebanyakan dari oposisi memiliki latar belakang pekerja. Sedangkan pada posisi negosiasi tidak

<sup>26</sup> Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara Warkop Amune , pada tanggal 04 November 2023

<sup>27</sup> Syukur, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

<sup>28</sup> Nurfadilla, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

dipengaruhi oleh gender. Akan tetapi dipengaruh oleh latar belakang pendidikan. Mereka yang berada pada posisi negosiasi saat ini (kecuali Syukur) masih menjalani studi sebagai Mahasiswa. Latar belakang pendidikan ini menjadi salah satu faktor mengapa mereka berada pada posisi negosiasi, mereka masih memiliki daya kritis yang kuat sehingga mempunyai sudut pandang yang berbeda pula.

Berdasarkan hasil analisis data dan perbandingan sumber informasi, tidak terdapat narasumber yang dapat dikategorikan ke dalam kategori tertentu. Secara umum, semua narasumber yang telah diwawancara oleh peneliti terlibat dalam konten yang disajikan oleh akun *Pinrang\_Info*, baik sebagai posisi dominan maupun dalam posisi negosiasi. Melalui wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa setiap narasumber memiliki posisi yang berbeda-beda. Memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam membaca, menonton, atau mendengar, perbedaan ini menjadi sesuatu yang lumrah. Hal ini disebabkan karena khalayak memiliki pendekatan yang bersifat subjektif terhadap pemahaman terhadap pesan yang disampaikan oleh *Pinrang\_Info*.

Penelitian ini juga menemukan penerapan teori New Media yang merujuk pada produk-produk teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan perkembangan komputer digital. Teori New Media juga menyoroti dampak sosial dari perkembangan teknologi digital. Kecepatan dalam menyebarkan informasi, kemampuan untuk berpartisipasi dalam diskusi global, dan potensi untuk mengubah persepsi sosial menjadi beberapa implikasi yang muncul. Penerapan New Media tergambar pada pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh admin *Pinrang\_Info*, dalam menyebarkan informasi ke sebagian besar masyarakat Kota Pinrang. Walaupun tidak sepenuhnya berjalan dengan baik karena kurangnya diskusi antara masyarakat dengan *Pinrang\_Info*.

Dalam konteks penelitian ini, pengikut atau masyarakat Kota Pinrang memiliki kesempatan untuk menafsirkan konten di akun *Instagram Pinrang\_Info*. Dengan merujuk pada konsep kategorisasi posisi khalayak oleh Stuart Hall, dapat disimpulkan bahwa khalayak Kota Pinrang memiliki potensi untuk sepenuhnya menerima atau posisi dominan, berada dalam posisi negosiasi, atau bahkan berada dalam posisi oposisi terhadap informasi yang disampaikan oleh *Pinrang\_Info*.

## SIMPULAN

*Instagram Pinrang\_Info* sebagai penyedia informasi lokal memiliki beberapa jenis informasi yang sering dibagikan diantaranya Informasi Seputar Kota Pinrang, Informasi Kriminalitas, Informasi usaha / UMKM, Informasi lokasi Wisata, Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang, Informasi Pemberitaan Nasional, Informasi Orang Hilang, Informasi Prestasi Warga Pinrang, Informasi Lowongan Pekerjaan, Informasi Event. Sebagian khalayak (Nigo, Lisa, Nurhayati, Akma, Hernawati, dan Andry) melihat *Instagram Pinrang\_Info* sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan relevan (posisi dominan). Posisi dominan diisi oleh mayoritas perempuan dan latar belakang perkerja Di sisi lain, ada yang mengambil posisi negosiasi (Ilham, Lutquia, Syukur, dan Nurfadilla), menerima sebagian informasi sambil menyatakan ketidaksetujuan terhadap beberapa konten yang dianggap kurang informatif atau tidak sesuai harapan. Posisi negosiasi diisi oleh sebagian besar dengan latar belakang sebagai seorang Mahasiswa. Terakhir , tidak ada narasumber yang secara eksplisit mengambil posisi oposisi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Basrowi dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Bella Nadyantara, Skripsi: “Efektivitas Media Sosial *Instagram* @FUADBAKH sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)” (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018).
- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Denis, Mc Quail. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.
- Difa Nurhasna Ayutiani & Berlian Primadani Satria Putri. Agustus 2018. “Penggunaan Akun *Instagram* sebagai Media Informasi Wisata Kuliner”. Profesi Humas, Vol. 3, No. 1.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Gumgum Gumilar, & Ipit Zulfan 2014, “Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di bandung”. Jurnal Kajian Komunikasi. Vol. 2, No. 1.,
- Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, (*Bandung, perpustakaan.upi.edu, 2014*) H. 46 – 47.
- Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014 H. 47.
- Fauziah Mafiroh, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh akun @tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Ponorogo, 6 September 2019). H. 1,
- Lenaini, I. *Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling*. Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33-39.2021
- Mu’arifatul Ainy, Skripsi: “Konstruksi Busana Model Busana Muslimah Zaskia Adya Mecca di *Instagram* (analisis semiotic roland barthes)” Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nabila Rizki Azizah, Ratnaningrum Zusyana Dewi, Masnia Ningsih, Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video Kitabisa.com di *Youtube* (Ilmu Komunikasi Fisip-Universitas Islam Majapahit : <http://ejurnal.unim.ac.id>, 2020 ) 3-4.
- Nasrullah, Rulli. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Prenadamedia Grop, 2014.
- Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh, (Jawa Timur : Universitas Trunojoyo Madura,2017)
- Riski Amalia Fitri. Skripsi: “Pengaruh Akun *Instagram* Kuliner Lampung sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Bandar Lampung” Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2018.
- Rulli Nasrullah, Media Sosial Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2017.
- Sugiarto, Mathew. *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan 2018.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: ALFABETA, 2018.
- Syahreza, M Fachri dan Irwan Syari Tanjung, Januaru 2018. Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi di Kalangan Mahasiswa Peogram Studi Pendidikan UNIMED. Jurnal Interaksi. No 1.