

RESPON MAHASISWA TENTANG AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JOKOWI

by Aulia Fabella Putri

FILE	NEW_1151400988_AULIA_FABELLA_P._JURNAL_SKRIPSI_ILKOM_FISIP.PDF (317.23K)	WORD COUNT	3072
TIME SUBMITTED	07-FEB-2018 02:33PM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	19572
SUBMISSION ID	912402419		

RESPON MAHASISWA TENTANG AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JOKOWI

(Studi Deskriptif Kuantitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)

¹Aulia Fabella Putri, ²Arif Darmawan, ³Mohammad Insan Romadhan

^{1,2,3} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Aulia Fabella Putri. 1151400988. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Semolowaru no. 45 Surabaya, Kode Pos 60118. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Program Studi Ilmu Komunikasi. zakyahbella@yahoo.com

ABSTRAK

Instagram adalah media sosial kedua yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia berdasarkan data yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survey pada tahun 2016. Berangkat dari hal tersebutlah, peneliti mencoba untuk melakukan penelitian mengenai Instagram. Dengan Teori Informasi, yaitu salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Peneliti ingin mengetahui bagaimana respon mahasiswa tentang akun media sosial Instagram Jokowi. Akankah sikap mahasiswa mengarah ke positif atau kearah negatif, karena akan berdampak pada citra Jokowi sendiri. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Teknik pengambilan sampel adalah Stratified Random Sampling sejumlah 247 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data tentang respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial Instagram Jokowi. Data kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon (sikap) mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya memiliki tingkat valance atau tingkat kepercayaan yang tinggi kepada sosok Presiden RI Jokowi. Lalu dalam memberikan bobot nilai mengenai akun instagram Jokowi, mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya memberikan bobot yang rendah. Hasilnya adalah sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tidak berpengaruh dan tidak berubah, yaitu tetap mengarah ke positif. Penelitian ini memberikan hasil yaitu membuktikan kebenaran Teori Informasi. Dengan demikian respon mahasiswa tentang akun instagram Jokowi mengarah ke positif.

Kata kunci: media sosial instagram Presiden RI Jokowi, sikap, teori informasi, respon mahasiswa

ABSTRACT

Instagram is a second social media that is widely accessed by the people of Indonesia based on data disclosed by the Association of Internet Service Providers Indonesia (APJII) in the results of the survey in 2016. Departing from it, researchers try to do research on Instagram. With Information Theory, which is one of the most popular models that offer to explain information formation and attitude change. Researchers want to know how the student response about social media accounts Instagram Jokowi. Will the student's attitude lead to positive or negative direction, because it will impact on Jokowi own image. Subject of this research is student of Communication Science Untag Surabaya. The sampling technique is Stratified Random Sampling of 247 people. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires. This questionnaire was used to obtain data about the response of Communication Studies student Untag Surabaya about social media account Instagram Jokowi. The data were then analyzed descriptively quantitatively. The results showed that the response (attitude) of Communication Students Untag Surabaya has a high level of valance or trust to the figure of President Jokowi. Then in giving the weight of value about Jokowi instagram account, Communication Studies student of Untag Surabaya give low weight. The result is the attitude of Communication Studies student Untag Surabaya has no effect and does not change, that is still leads to positive. This research gives the result that is proving the truth of Information Theory. Thus the student response about Jokowi instagram account leads to positive.

Keywords: social media instagram RI President Jokowi, attitude, information theory, student response

PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah individu yang paling aktif menggunakan gadget terutama dalam penggunaan media sosial. Gadget merupakan sebuah inovasi dari teknologi terbaru dengan kemampuan yang lebih baik dan fitur terbaru yang memiliki tujuan maupun fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Seiring perkembangan pengertian gadget pun menjadi berkembang yang sering kali menganggap smartphone adalah sebuah gadget dan juga teknologi komputer ataupun laptop bila telah diluncurkan produk baru juga dianggap sebagai gadget. Gadget juga banyak digunakan oleh kalangan anak muda khususnya mahasiswa. Berdasarkan www.pengertianku.net Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual. Mahasiswa adalah orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institute atau akademik. Mereka ialah orang-orang yang mendapat sebagai murid di suatu perguruan tinggi dapat disebut dengan mahasiswa. Peranan ataupun fungsi dari mahasiswa yaitu sebagai berikut: Pertama, sebagai Iron Stock, mahasiswa itu harus bisa menjadi pengganti orang-orang yang memimpin di pemerintahan. Kedua Agent of Change, dituntut untuk agen perubahan. Ketiga, Social Control, harus mampu mengontrol sosial yang ada di lingkungan sekitar. Keempat, Moral Force, wajib menjaga moral-moral yang sudah ada.

Bisa kita lihat disetiap waktu dan tempat dimanapun, setiap orang tidak bisa lepas dari gadget, khususnya pada remaja yang notabennya adalah seorang mahasiswa khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa Ilmu Komunikasi pasti harus mengetahui informasi atau berita terbaru dari segi apapun melalui media TV, radio bahkan internet. Mahasiswa Ilmu Komunikasi ini juga banyak mencari dan memerlukan media yang menyediakan informasi yang *up to date* di akun media sosial, khususnya *instagram* mengenai universitas guna menunjang kewajiban sebagai mahasiswa, berita lowongan pekerjaan, maupun informasi seputar *entertainment*. Selain itu, mahasiswa adalah generasi muda penerus bangsa, jadi apabila menempatkan pada sikap yang dimana bagian dari respon mahasiswa maka dalam penelitian ini secara tidak langsung dapat menyampaikan aspirasi atau pendapat mahasiswa bagi politisi di era sekarang. Khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi pastinya juga harus mengetahui tujuan dari komunikasi itu sendiri yaitu suatu pesan, komunikator, komunikan, dan media dalam rana dunia politik, *new media*, *broadcasting* dan juga *public relation*.

Salah satu bentuk dari keberadaan New Media adalah fenomena munculnya jejaring sosial ini. Mengapa disebut jejaring sosial karena aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (real) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (unreal). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial. Hanya saja medianya yang berbeda. Dengan pemanfaatan media sosial, publik dapat mengetahui secara mudah dan cepat tentang informasi yang diberikan oleh perusahaan/pemerintah tersebut. Seperti pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia (RI) kita, untuk mengikuti perkembangan zaman demi memenuhi informasi publik sebagai pengguna. Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, Selain itu juga Presiden RI kita sendiri yang memilih media sosial *Youtube* dan *Instagram* agar bisa lebih mendengar apa saja keluhan warga dan sebaliknya, warga bisa tahu secara lebih jelas apa saja yang akan dan sedang dilakukan oleh para Presiden dalam membangun dan memimpin Negara ini, dalam semua konten baik yang menyenangkan maupun mendidik. Melalui akun *Youtube*-Presiden Joko Widodo dan *instagram*nya @jokowi, akun ini sering terlihat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari khalayak mengenai fenomena pemanfaatan akun media sosial *instagram*.

Data yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survey pada tahun 2016 ada tiga media sosial yang banyak digunakan atau diakses oleh masyarakat Indonesia. Pertama adalah Facebook dengan 71,6 juta pengguna, kedua adalah Instagram dengan 19,9 juta pengguna dan Youtube 14,5 juta pengguna. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik *instagram* sendiri. Namun beberapa kalangan mahasiswa saat ini mengaku lebih senang menggunakan aplikasi *instagram* daripada *facebook*.

Fenomena *instagram* yang sedang marak saat ini yaitu banyaknya politisi pemerintahan yang menggunakan akun media sosial sebagai kepentingan politik seperti berkampanye atau memberikan info berita terkini sehingga orang bisa tahu dengan cepat berita tersebut. Bisa dirasakan bahwa banyak pemerintah maupun politisi yang juga mengikuti dan menyesuaikan perkembangan zaman dengan aktif

di media sosial dengan menggunggah kesehariannya maupun menghadiri acara penting di akun pribadi para politisi. Sama halnya dengan akun media sosial Instagram Jokowi itu sendiri. Komunikasi terjadi dari bagaimana seorang pengirim pesan (komunikator), lalu terjadilah proses encoding dengan lambing atau symbol tertentu. Lalu media pesan tersebut akan disampaikan pada penerima pesan (komunikan). Hal tersebut akan menimbulkan proses decoding, bagaimana komunikan menafsirkan pesan oleh komunikator. Disinilah terjadi respon. Respon akan menghasilkan sebuah sikap yang nantinya akan menjadi sebuah feedback dari komunikan kepada komunikator. Menurut Gulo (1996), respon adalah suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Little John dalam bukunya Teori Komunikasi, teori penggabungan informasi ini termasuk dalam tradisi sibernatik. Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Dimana sikap adalah bagian dari respon. Dengan basis indikator pada teori yaitu dimana ada dua variabel. Yang pertama yaitu, valance atau arahan. Valance mengacu pada apakah informasi mendukung keyakinan anda atau menyangkal mereka. Ketika informasi menyokong anda, maka informasi tersebut mempunyai valance "positif". Apabila tidak menyokong, maka mempunyai valance "negatif". Variabel yang kedua yaitu bobot. Bobot adalah sebuah kegunaan dari kredibilitas. Jika anda berpikir bahwa informasi tersebut adalah benar, maka anda akan memberikan bobot yang lebih tinggi pada informasi tersebut. Jika sebaliknya, maka anda akan memberikan bobot yang lebih rendah. Valance dapat mempengaruhi bagaimana informasi mempengaruhi sistem keyakinan anda, dan bobot mempengaruhi seberapa banyak itu bekerja. Kutipan informasi apapun biasanya tidak terlalu berpengaruh karena sikap terdiri dari sejumlah keyakinan yang bisa memfilter informasi baru. Akan tetapi mengubah secuil informasi atau memberikan informasi tersebut dengan bobot yang berbeda, dapat memulai perubahan terhadap seluruh skema.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:7). Sedangkan jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variable satu dengan variable yang lain (Sugiyono, 2005:11).

Terdapat populasi dalam penelitian ini sebesar 883 mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya, dengan jumlah responden sebanyak 247 responden berdasarkan

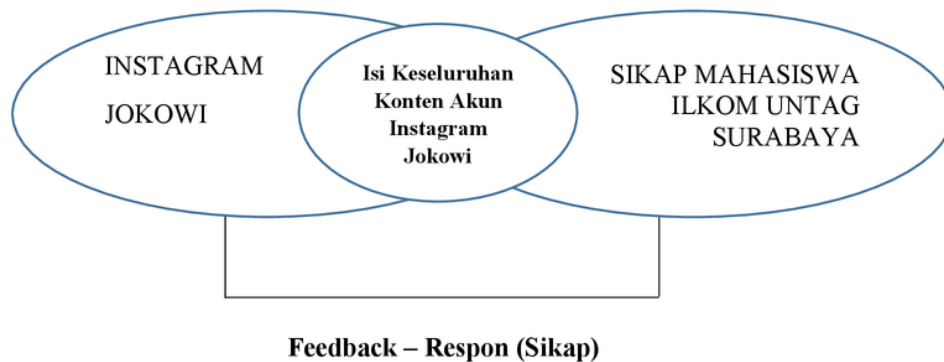
teknik stratified random sampling. Penelitian ini menggunakan metode survei. Adapula beberapa instrumen penelitian yang validitas dan reliabilitas, serta indikator untuk pertanyaan pada kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala Likert. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji T dengan bantuan program SPSS 21 dan Microsoft Excel untuk tabulasi data, agar mengetahui tentang pembuktian kebenaran Teori dan Hipotesis, kemudian dianalisis hasil prosentase dari setiap pertanyaan yang mengandung tiga indikator berbasis pada acuan Teori Informasi yaitu valance, bobot dan sikap. Kemudian dihitung dengan rumus yang sudah ada, diakumulasikan hasil datanya lalu ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan Hipotesis Deskriptif, yaitu sebagai berikut:

1. H0 : Respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial Instagram Jokowi mengarah pada sikap seimbang antara positif dan negatif.
2. H1: Respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial Instagram Jokowi mengarah pada sikap positif.

PEMBAHASAN

Respons adalah sikap atau perilaku seseorang dalam proses komunikasi ketika menerima suatu pesan yang ditujukan kepadanya. Sedangkan arti dari komunikasi menurut Lasswell, yaitu merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat atau hasil apa? (who? says what? in which channel? to whom? with what effect?). (Lasswell 1960).

Berikut adalah gambaran dari penelitian ini:



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 1 Gambaran besar penelitian menurut proses komunikasi

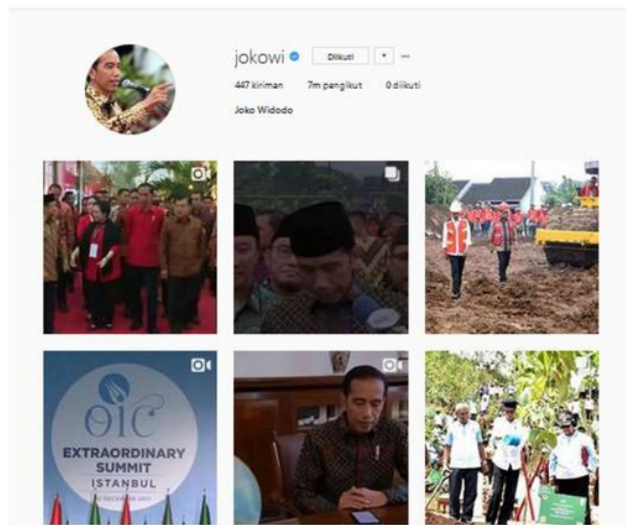
Prosesnya adalah, akun instagram Presiden RI Jokowi ini sebagai sender, lalu terjadilah proses encoding yaitu berupa pengiriman pesan melalui isi konten instagram baik berupa gambar maupun caption dari gambar tersebut. Lalu sampai pada pesan, yaitu bagaimana sumber media berupa isi instagram Jokowi tersebut dilihat dan ditelaah, atau bisa saja sudah di follow oleh sasaran objek penelitian ini yaitu sikap mahasiswa. Kemudian terjadilah proses decoding, yaitu bagaimana mahasiswa menafsirkan isi konten instagram Jokowi tersebut. Lalu mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya menangkap isi dari pesan tersebut kemudian muncullah sebuah respon. Respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya ini akan menjadi sebuah sikap yang nantinya akan menjadi sebuah feedback dari akun instagram Jokowi tersebut. Oleh karena itu, dari sinilah peneliti menitik beratkan pada masalah sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial instagram Jokowi. Respon disini adalah bagian dari komunikasi yang sangat penting, karena pada proses responden feedback dapat diketahui pesan tersebut diterima oleh receiver secara efektif atau tidak. Komunikasi sendiri adalah hal yang sangat penting karena komunikasi adalah basic instinct dari sebuah kehidupan.

Berkomunikasi di zaman sekarang tidak hanya secara langsung, tapi bisa juga jarak jauh melalui handphone dengan perantara suatu media sosial, seperti Instagram yang kini sedang *hi*¹⁸ di dunia. Beberapa fitur yang ada di Instagram diantaranya adalah followers, mengunggah foto, kamera, efek foto, judul foto, arroba (@), label foto, geotagging, tanda suka (love), menandai foto dengan bendera. Sama halnya dengan situs pertemanan lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fungsi utama sebagai media sosial, yaitu Publikasi Kegiatan Sosial dan Publikasi Organisasi. Pendiri aplikasi canggih ini yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Perusahaan yang sama dengan aplikasi ini yaitu Facebook dan Twitter. Berikut adalah logo instagram yang sudah bereformasi seiring berkembangnya waktu: (dari kiri: Logo lama. Kanan Logo Baru yang lebih simple)



Sumber: Google
Gambar 2 Logo Instagram

Instagram Presiden RI dengan akun @jokowi ini sudah diketahui oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri khususnya yang aktif bermain media sosial di instagram. Saat ini akun instagram Jokowi mencapai 7m followers, dengan maksud 7 juta pengikut. Jokowi memiliki 0 diikuti, dengan maksud Jokowi tidak mengikuti balik akun apapun. Peneliti melihat akun instagram Jokowi pada tanggal 17 Desember 2017, dan sejauh ini Jokowi memposting hingga 447 kiriman. Akun media instagram Jokowi menyajikan beberapa konten diantaranya konten politik, hiburan, maupun kegiatan sehari-hari. Akun media instagram Jokowi ini juga terbilang uptodate karena selalu update setiap waktu dimana Presiden melakukan sesuatu dapat dipantau langsung oleh masyarakat. Berikut adalah beberapa contoh gambar yang ada pada Instagram Jokowi:



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3 Tampilan Instagram Jokowi



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 4 Postingan Instagram Jokowi

Populasi Responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari TU FISIP Untag Surabaya, diketahui bahwa jumlah 26 mahasiswa Ilmu Komunikasi yang masih aktif dari tahun 2011-2017 adalah 883 orang. Karena populasi berstrata, maka sampelnya juga berstrata. Strata tersebut ditentukan menurut tahun angkatan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Berdasarkan perhitungan sampel yang diambil peneliti menggunakan tolak ukur sampling taraf kesalahan 5% maka peneliti memperoleh sampel sebanyak 247 orang diurutkan dari tahun 2012-2017. Maka berikut adalah tabel distribusi responden menurut strata tahun angkatan:

Tahun Angkatan	F	%
2012	1	0
2013	11	4
2014	49	20
2015	49	20
2016	61	25
2017	76	31
Jumlah	247	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tabel 1 Distribusi Responden Menurut Tahun Angkatan

Dari data tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden paling banyak yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 dengan prosentase 31%. Sedangkan yang paling sedikit yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2012 dengan jumlah 1 orang saja yang tidak berprosentase (0%). Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Fisip Untag Surabaya ini dibagi menjadi 4 konsentrasi, *Public Relation; Broadcasting; Komunikasi Politik; New Media*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil random sampling yang memandang strata tahun angkatan, dengan kata lain responden dari 4 konsentrasi tersebut dipilih secara acak.

Peneliti menggunakan Uji T dan menghasilkan hasil Thitung sebesar 64,211. Peneliti menggunakan bantuan program komputer yaitu *SPSS 21* dan *Microsoft Excel*. Dalam perhitungan Ttabel peneliti menggunakan *SPSS 21*, lalu di jumlah dan dirata-rata menggunakan bantuan program komputer *Mocrosoft Excel* agar lebih mudah. Hasil olahan data lengkap dari Ttabel terdapat di lampiran. Peneliti mengambil Analisis hasilnya adalah:

Ttabel : 1,651 dan Thitung : 64,211

Ternyata diterima. : $T_{tabel} < T_{hitung} = 1,651 < 64,211$ maka H_1

Kesimpulannya : karena $T_{tabel} < T_{hitung}$ maka H_1 diterima. Dengan demikian Sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya mengarah positif terhadap akun media sosial Instagram Jokowi (>75%).

Berikut adalah data keseluruhan yang mendukung hasil penelitian:

Indikator Valance		Indikator Bobot		Indikator Sikap	
P1	78%	P6	71%	P11	76%
P2	82%	P7	74%	P12	82%
P3	80%	P8	70%	P13	83%
P4	78%	P9	71%	P14	76%
P5	76%	P10	72%	P15	80%
79%		72%		79%	

Sumber: Data Olahan Peneliti

Tabel 2 Tabel Hasil Keseluruhan Respon Mahasiswa

Jadi, dari tabel diatas peneliti menarik kesimpulan dari analisis hasil yang sudah dijabarkan pada penjelasan diatas, bahwasanya penelitian ini menghasilkan hasil yaitu respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya mengarah positif tentang akun media sosial instagram Jokowi. Penelitian ini membuktikan bahwa teori yang digunakan yaitu Teori Informasi benar. Pada penelitian ini, tingkat kepercayaan Jokowi sebesar 79% yang berarti naik, lalu bobot nilai turun yaitu sebesar 72%, lalu sikap tetap yaitu 79%. Maka, valance mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag terhadap sosok Jokowi tinggi, lalu pemberian bobot nilai terhadap akun instagram Jokowi rendah, dan tidak berpengaruh pada sikap mahasiswa yaitu responnya (sikap) tetap mengarah positif kepada Jokowi tersebut.

SIMPULAN

Peneliti menarik kesimpulan akhir bahwa sebanyak 247 responden sebagian besar memiliki tingkat valance yang tinggi terhadap sosok Presiden RI Jokowi. Dari hasil data yang diperoleh, responden memberikan bobot nilai yang rendah terhadap akun media sosial instagram Jokowi. Lalu hasil data sikap ternyata sikap responden terhadap Jokowi mengarah kearah positif. Maka hasilnya adalah, valance tinggi, bobot rendah, dan sikap positif. Dari data tersebut sangat menguatkan dan membuktikan Teori Informasi, bahwa valance yang tinggi dengan bobot yang rendah tidak berpengaruh pada sikap. Dalam penelitian ini selain membuktikan kebenaran teori, kebenaran hipotesis peneliti juga benar, karena peneliti memberikan hipotesis statistik dengan standar prosentase sebesar 75%. Hasil dari valance naik yaitu 79%, bobot turun yaitu 72% dan sikap yang tidak berubah (tetap) yaitu 79%. Dengan demikian, hipotesis peneliti terbukti yaitu respon mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya tentang akun media sosial instagram Jokowi mengarah pada >75% sikap positif.

6 AFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survey pada 6 hun 2016 mengenai Media Sosial yang sering dikunjungi Masyarakat. <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> akses pada 18 November 2017 pukul 19.00.

25

Azwar, Saifuddin. 1998. *Sikap Manusia Teori, dan Pengukurannya*. Seri psikologi, Yogyakarta: Liberty.

Gulo, W. 1996. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo.

Instagram Jokowi <https://www.instagram.com/jokowi/?hl=id> akses pada 10 November 2017-15 Januari 2018.

20

Lasswell, Harold D. 2009. *Structure an Function of Communication in Societ* dalam Wilbur Schramm. (Ed)

15

Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2014. *Theories Of Human Communication*. Edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Humanika.

8

Mediana, Adinda. 2015. *Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan, Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip USU (Studi Kolerasional antara Motif dan Pengguna Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan 2012 FISIP USU Medan)*. Vol 2 No 11, 2015, halaman 5-11.

11

Siregar, Syofian. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

19

_____. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

RESPON MAHASISWA TENTANG AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JOKOWI

ORIGINALITY REPORT

%28
SIMILARITY INDEX

%27
INTERNET SOURCES

%4
PUBLICATIONS

%14
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unpas.ac.id Internet Source	%5
2	www.voxindonesia.com Internet Source	%4
3	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	%2
4	baguspost.blogspot.com Internet Source	%2
5	rafikarachma.blogspot.com Internet Source	%2
6	repository.its.ac.id Internet Source	%1
7	eprints.undip.ac.id Internet Source	%1
8	jurnal.usu.ac.id Internet Source	%1
9	ashelialvonita.wordpress.com	

Internet Source

% 1

10

hasibtahir915.blogspot.com

Internet Source

% 1

11

eprints.ums.ac.id

Internet Source

% 1

12

pt.scribd.com

Internet Source

% 1

13

desbanurshafitri.blogspot.com

Internet Source

% 1

14

pmat.umpwr.ac.id

Internet Source

% 1

15

Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia

Student Paper

% 1

16

rayamifa.wordpress.com

Internet Source

% 1

17

arn441.blogspot.com

Internet Source

<% 1

18

id.wikipedia.org

Internet Source

<% 1

19

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<% 1

20

Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim

<% 1

21

www.journal.unikal.ac.id

Internet Source

<% 1

22

www.idea.or.id

Internet Source

<% 1

23

motor12sport.blogspot.com

Internet Source

<% 1

24

media.neliti.com

Internet Source

<% 1

25

sappk.itb.ac.id

Internet Source

<% 1

26

blog.binadarma.ac.id

Internet Source

<% 1

27

www.coursehero.com

Internet Source

<% 1

28

Nadhira Tasya, Arian Dhini. "Classifying Indonesian Online Articles as Advertisement Placement Base Using Text Mining", Proceedings of the International Conference on Business and Information Management - ICBIM 2017, 2017

Publication

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF