

**ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENYAMPAIAN INFORMASI
DI LINGKUNGAN MASJID ISTIQLAL**

TUGAS AKHIR



Hasan

1172002019

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

**ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENYAMPAIAN INFORMASI
DI LINGKUNGAN MASJID ISTIQLAL**

TUGAS AKHIR



Hasan

1172002019


**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hasan

NIM : 1172002019

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 Februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : HASAN
NIM : 1172002019
Program : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Pengguna Media Sosial
Terhadap Penyampaian Informasi Di Lingkungan
Masjid Istiqlal

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dita Nurmadewi, S.Kom., M.Kom.

()

Pembimbing 2 : Dr. Siti Rohajawati, S.Kom., M.Kom.

()

Penguji 1 : Brian Arnesto Sitorus, S.Kom., M.Sc.

()

Penguji 2 : Brian Arnesto Sitorus, S.Kom., M.Sc.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Februari 2024

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, berkat anugerah dan kasih sayang-Nya, saya telah berhasil menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Penyampaian Informasi Di Lingkungan Masjid Istiqlal”. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Sistem Informasi di Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

Selama proses penyelesaian tugas akhir ini, saya mendapatkan banyak bantuan, petunjuk, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Dita Nurmadewi, S.Kom, M.Kom, selaku Pembimbing 1 yang telah memberikan bantuan dan petunjuk dalam penyelesaian tugas akhir ini.
2. Ibu Dr. Siti Rohajawati, S.Kom, M.Kom, selaku Pembimbing 2 dan Ketua Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan bantuan dan petunjuk dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Kepada BPPMI yang telah bersedia menjadi objek penelitian dalam tugas akhir ini.
4. Orangtua dan keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Teman-teman yang selalu memberikan semangat di setiap waktu selama proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai mahasiswa akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama		Hasan
NIM		1172002019
Program Studi		Sistem Informasi
Studi Fakultas		Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir		Skripsi

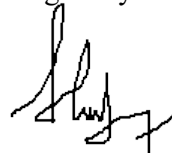
dengan ini menyatakan kesediaan saya untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas hasil penelitian saya yang berjudul: “Analisis Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Penyampaian Informasi Di Lingkungan Masjid Istiqlal”.

Bersama dengan perangkat pendukung yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie memiliki hak untuk menyimpan, mengubah format, mengelola dalam bentuk basis data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya, dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta, untuk tujuan akademis. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Februari 2024

Yang menyatakan,



Hasan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABLE.....	viii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.6.1 Manfaat Teoritis	5
1.6.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Analisis.....	6
2.2 Persepsi	6
2.2.1 Menurut Slameto, Ada Beberapa Prinsip Dasar Tentang Persepsi.....	8
2.2.2 Aspek-Aspek Presepsi	8
2.2.3 Proses Persepsi.....	8
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Perhatian:.....	9

2.2.5 Teori Stimulus Respons.....	9
2.2.6 Unsur Dalam Model Ini Adalah Sebagai Berikut:.....	12
2.3 Pengertian Pengguna	12
2.4 Media Sosial	13
2.4.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	14
2.4.2 Pemanfaatan Media Sosial Era Sekarang Ini.....	15
2.5 Media Baru	17
2.6 Masyarakat Media	19
2.7 Penyampaian Informasi	20
2.8 Pengertian Masjid	22
2.9 Media Sosial Dalam Peribadatan Keagamaan.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Kerangka Penelitian.....	26
3.1.1 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah	26
3.1.2 Tinjauan Pustaka.....	26
3.1.3 Pengumpulan Data	26
3.1.4 Analisis Data	27
3.1.5 Penyusunan Hasil Laporan	27
3.2 Jenis Data Dan Sumber Data	27
3.2.1 Jenis data.....	27
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Skala Pengukuran	29
3.5 Teknik Analisis Data... ..	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1 Sejarah Masjid Istiqlal	31
4.2 Pengelolaan Masjid Istiqlal.....	34
4.2.1 Tujuan Masjid Istiqlal.....	34
4.2.2 Fungsi Tugas Penyelenggaraan.....	34
4.2.3 Kelembagaan Masjid Istiqlal.....	35

4.3	Kegiatan Masjid Istiqlal.....	35
4.4	Struktur Organisasi Masjid Istiqlal.....	36
4.4.1	Gambar Struktur Organisasi.....	36
4.5	Gambar Umum Data.....	37
4.6	Penyebaran Kuesioner.....	38
4.7	Pengelompokan Responden.....	38
4.7.1	Berdasarkan Usia.....	38
4.7.2	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.7.3	Berdasarkan Pengikut Akun Media Sosial Masjid Istiqlal.....	40
4.7.4	Berdasarkan Akun Media Sosial Masjid Istiqlal Yang Saya Ikuti.....	40
4.7.5	Tahun Mengikuti Akun Media Sosial Masjid Istiqlal.....	41
4.8	Pengguna Media Sosial.....	42
4.9.10	Informasi Media Sosial Masjid Istiqlal Sesuai Kebutuhan.....	56
4.10	Ringkasan Wawancara Dengan Pengelola Humas Masjid Istiqlal.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
A.	KESIMPULAN.....	58
4.1	SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59
DAFTAR LAMPIRAN.....		60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	38

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 1.1 Statistik Peningkatan Penggunaan Media Sosial.	2
Gambar 1.2 Statistik Alasan Penggunaan Media Sosial Di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Proses Persepsi	7
Gambar 2.2 Proses Persepsi.	7
Gambar 2.3 Model Komunikasi S-R.....	10
Gambar 2.4 Langkah perubahan Sikap	11
Gambar 2.5 Sejarah Singkat Media sosial dari masa ke masa.....	14
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.	26
Gambar 4.1 Logo Masjid Istiqlal	31
Gambar 4.2 Peresmian Masjid Istiqlal Oleh Presiden Soeharto.	33
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Masjid Istiqlal	36
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Masjid Istiqlal	37
Grafik 4.1 Usia.....	38
Grafik 4.2 Jenis Kelamin.....	39
Grafik 4.3 Pengikut Akun Media Sosial.....	40
Grafik 4.4 Akun Media Sosial Yang Diikuti.....	40
Grafik 4.5 Tahun Mengikuti Akun Media Sosial.....	41
Grafik 4.6 Mengikuti Media Sosial Lebih Dari Satu Akun.....	42
Grafik 4.7 Mengunjungi Media lebih Dari Satu Kali Kunjungan.....	43
Grafik 4.8 Mengunjungi Akun Media Sosial Setiap Hari.....	44
Grafik 4.9 Mengunjungi Akun Media Sosial lebih dari 30 Menit.....	44
Grafik 4.10 Posting Ulang Konten Akun Media Sosial.....	45
Grafik 4.11 Membagikan Postingan Akun Media Sosial.....	46
Grafik 4.12 <i>BookMark</i> Konten Akun Media Sosial.....	46
Grafik 4.13 Postingan Media Sosial Selalu Update.....	47
Grafik 4.14 Isi Konten Media Sosial Kreatif.....	48
Grafik 4.15 Berita Aktivitas Terkini Media Sosial.....	48
Grafik 4.16 Media Sosial Memberikan Informasi.....	49
Grafik 4.17 Konten Ilmu Keagamaan.....	50
Grafik 4.18 Konten Ilmu Syariat Islam.....	51
Grafik 4.19 Informasi Mudah Dipahami.....	51

Grafik 4.20 Informasi Menarik.....	52
Grafik 4.21 Informasi Tidak Mengandung Rasisme	53
Grafik 4.22 Informasi Berdasarkan Hadist Dan Al-quran	53
Grafik 4.23 Informasi Tercermin Lengkap Aktivitas Masjid.....	54
Grafik 4.24 Informasi Memberikan Manfaat.....	55
Grafik 4.25 Informasi Sesuai Kebutuhan.....	5

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian Universitas	63
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian Masjid Istiqlal.....	64
Lampiran 3 Tampilan Platform Media Sosial Masjid Istiqlal.....	65
Lampiran 4 Tampilan Spreadsheet	66
Lampiran 5 Tampilan Kuesioner Link G-Form	69
Lampiran 6 Wawancara Dengan Pengelola Masjid Istiqlal	74
Lampiran 7 Kunjungan Wawancara Dengan Pengelola Masjid Istiqlal	77

Analisis Persepsi Pengguna Media Sosial Terhadap Penyampaian Informasi Di Lingkungan Masjid Istiqlal

Hasan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengguna media sosial terhadap penyampaian informasi di lingkungan Masjid Istiqlal. Pengelola Masjid Istiqlal telah memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi langsung terkait kegiatan keagamaan dari jarak jauh. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner Link G-Form dengan 451 koresponden dan wawancara terstruktur dengan pengelola Masjid Istiqlal. Hasil penelitian sebanyak 53,4 persen dari 451 koresponden penelitian menyatakan “Setuju”, mengartikan positif bahwa media sosial Masjid Istiqlal telah memberikan informasi kepada pengguna media sosial, dan hasil tersebut sebagai jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini.

Platform media sosial memberikan memberikan hasil yang positif hal tersebut berdasarkan respon koresponden pengguna media sosial saat melalui Link G-Form memberikan hasil yang positif juga yaitu dengan menyatakan “Setuju” sebanyak 54,4 persen bahwa konten media sosial Masjid Istiqlal kreatif, konten selalu *Update*, dan sebanyak 50,6 persen menyatakan “Sangat Setuju” konten media Masjid Istiqlal menarik untuk dikunjungi untuk mendapatkan informasi, hal ini dikarenakan pihak pengelola memiliki staff untuk mengelola akun media sosial .

Kata Kunci : Persepsi, Media Sosial, Penyampaian Informasi.

***Analysis of Social Media Users' Perceptions
Regarding Information Delivery in the Environment of Istiqlal
Mosque***

Hasan

ABSTRACT

This study aims to analyze social media users' perceptions of information delivery in the environment of Istiqlal Mosque. The management of Istiqlal Mosque has utilized social media to provide direct information related to religious activities from a distance. This research method employs qualitative descriptive analysis with data collection techniques through the distribution of a questionnaire Link G-Form with 451 respondents and structured interviews with Istiqlal Mosque management. The results of the study show that 53.4 percent of the 451 respondents stated "Agree," indicating positively that Istiqlal Mosque's social media has provided information to social media users, and this result serves as an answer to the problem formulation in this research.

The social media platform yielded positive results based on the responses of social media users through the Link G-Form, with 54.4 percent stating "Agree" that Istiqlal Mosque's social media content is creative, consistently updated, and 50.6 percent stating "Strongly Agree" that Istiqlal Mosque's social media content is attractive to visit for information, which is due to the management having staff to manage social media accounts.

Keywords: Perception, Social Media, Information Deliver