



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PERSEPSI AUDIENS PADA PEMBERITAAN ISU
PUBLIK OLEH AKUN @INTINYADEH DI MEDIA
SOSIAL X**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh

**Chessa Adya Khairunnisa
NIM. 04010522009**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chessa Adya Khairuunisa

Nim : 04010522009

Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Persepsi Audiens pada Pemberitaan Isu Publik oleh Akun @intinyadeh di Media Sosial X** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 17 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Chessa Adya Khairuunisa
04010522009

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

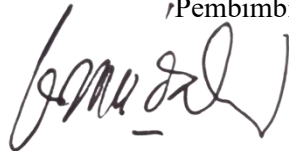
Nama : Chessa Adya Khairunnisa
Nim : 04010522009
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Audiens pada Pemberitaan Isu
Publik oleh Akun @intinyadeh di Media
Sosial X

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 17 Desember 2025

Menyetujui

Pembimbing



Dr. Hj. Lilik Hamidah S.Ag., M.Si

NIP. 197312171998032002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Persepsi Audiens Pada Pemberitaan Isu Publik oleh akun
@intinyadeh di Media Sosial X

SKRIPSI

Disusun Oleh
Chessa Adya Khairunnisa
04010522009

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 22 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.
NIP. 197312171998032002

Penguji II

Dr. Imam Maksum, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197306202006041001

Penguji III

Muchlis, S.Sos.I, M.Si.
NIP. 197911242009121001

Penguji IV

Dr. Fikry Zahria Emeraldien,
S.I.Kom., M.A.
NIP. 198908282020122016

Surabaya, 22 Desember 2025

Dekan,



Dr. Moch. Cholul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197410171998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Chessa Adya Khairunnisa

NIM : 04010522009

Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi

E-mail address : chessaadyak@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Persepsi Audiens pada Pemberitaan Isu Publik oleh Akun @intinyadeh di Media Sosial X

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2026

Penulis



(Chessa Adya Khairunnisa)

ABSTRAK

Chessa Adya Khairunnisa, 04010522009, 2025. Persepsi Audiens pada Pemberitaan Isu Publik oleh Akun @intinyadeh di Media Sosial X

Penelitian ini mengkaji persepsi audiens terhadap pemberitaan isu publik yang disajikan oleh akun non-media @intinyadeh di media sosial X. Munculnya akun non-media sebagai penyaji ringkasan isu publik menunjukkan pergeseran peran distribusi informasi di ruang digital, yang berpotensi mempengaruhi cara audiens memahami dan memaknai isu-isu sosial, politik, dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana audiens memersepsi konten isu publik yang disajikan akun @intinyadeh serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proses persepsi tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan pengikut aktif akun @intinyadeh. Data dikumpulkan melalui observasi digital terhadap empat konten isu publik dengan tingkat keterlibatan tinggi dan wawancara mendalam, kemudian dianalisis menggunakan teori persepsi yang mencakup tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memersepsi konten isu publik @intinyadeh secara beragam. Sebagian audiens memaknai konten sebagai ringkasan informatif yang membantu memahami isu secara cepat dan praktis, sementara audiens lainnya bersikap lebih kritis dengan membandingkan informasi dari akun tersebut dengan sumber lain. Perbedaan persepsi ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman pribadi, pendidikan, lingkungan sosial, dan intensitas penggunaan media sosial, serta faktor eksternal berupa algoritma media sosial, echo chamber, dan filter bubble. Penelitian ini menegaskan bahwa audiens media sosial merupakan subjek aktif yang memaknai isu publik melalui interaksi antara pengalaman personal dan lingkungan digital berbasis algoritma.

Kata kunci: persepsi audiens, isu publik, akun non-media, media sosial X, komunikasi digital

ABSTRACT

Chessa Adya Khairunnisa, 04010522009, 2025. Audience Perceptions of Public Issue Reporting by the @intinyadeh Account on Social Media X

This study examines audience perceptions of public issue reporting presented by the non-media account @intinyadeh on the social media platform X. The growing presence of non-media accounts as providers of public issue summaries reflects a shift in digital information distribution and influences how audiences understand and interpret social, political, and cultural issues. This study aims to analyze how audiences perceive public issue content presented by @intinyadeh and to identify internal and external factors influencing the perception process.

This research employs a qualitative approach using in-depth interviews with five informants who are active followers of the @intinyadeh account. Data were collected through digital observation of four highly engaged public issue contents and in-depth interviews, and analyzed using perception theory, which includes the stages of sensation, attention, and interpretation.

The findings indicate that audiences perceive @intinyadeh's public issue content in diverse ways. Some audiences interpret the content as informative summaries that facilitate quick and practical understanding of issues, while others adopt a more critical stance by comparing the information with other sources. These differences are influenced by internal factors such as personal experience, education, social environment, and intensity of social media use, as well as external factors including social media algorithms, echo chambers, and filter bubbles. This study confirms that social media audiences are active subjects who interpret public issues through the interaction between personal experience and an algorithm-driven digital environment.

Keywords: audience perception, public issues, non-media accounts, social media X, digital communication.

الملخص

تنشيساً أديا خير النساء (04010522009)، 2025، تصوّر الجمهور تجاه تناول قضايا (X) على منصة إكس @intinyadeh الشأن العام من قبل حساب

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تصورات الجمهور تجاه تغطية القضايا العامة التي يقدمها ويعكس تزايد X على منصة التواصل الاجتماعي @intinyadeh الحساب غير الإعلامي دور الحسابات غير الإعلامية في تلخيص القضايا العامة تحوّلًا في آليات توزيع المعلومات في الفضاء الرقمي، الأمر الذي يؤثر في كيفية فهم الجمهور للقضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وتفسيرها. وتسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية إدراك الجمهور للمحتوى ، بالإضافة إلى تحديد @intinyadeh المتعلق بالقضايا العامة الذي يقدمه حساب العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في عملية التلقي والتفسير.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات معمقة مع خمسة وتم جمع البيانات عبر @intinyadeh مشاركين من المتابعين النشطين لحساب الملاحظة الرقمية لأربع قضايا عامة ذات مستوى تفاعل مرتفع، إلى جانب المقابلات المعمقة، ثم جرى تحليل البيانات بالاستناد إلى نظرية الإدراك التي تشمل مراحل الإحساس، والانتباه، والتفسير.

وتُظهر نتائج الدراسة أن تصورات الجمهور لمحتوى القضايا العامة الذي يقدمه حساب تتسم بالتنوع؛ إذ يرى بعض المشاركين أن المحتوى يمثل ملخصًا @intinyadeh معلوماتيًا يساعد على فهم القضايا بشكل سريع وعملي، في حين يتعامل آخرون مع المحتوى بنظرة نقدية من خلال مقارنته بمصادر أخرى. وتتأثر هذه الاختلافات بعوامل داخلية مثل الخبرة الشخصية، والمستوى التعليمي، والبيئة الاجتماعية، وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إلى جانب عوامل خارجية تشمل خوارزميات المنصات الرقمية، وظاهرة غرف الصدى، وفقاعات الترشيح. وتؤكد هذه الدراسة أن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يُعد فاعلاً نشطًا في تفسير القضايا العامة من خلال التفاعل بين الخبرة الشخصية والبيئة الرقمية القائمة على الخوارزميات.

تصورات الجمهور، القضايا العامة، الحسابات غير الإعلامية، منصة: الكلمات المفتاحية
الاتصال الرقمي X

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
الملخص	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI	XI
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Definisi Konsep.....	9
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN TEORITIK	18
A. Kajian Perspektif Teoritik	18
1. Kajian Teori Persepsi	18
2. Kerangka Pikir Penelitian	20

B. Kajian Pustaka	21
C. Kajian Perspektif Dakwah Islam	32
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Subjek dan Lokasi Penelitian	44
C. Jenis dan Sumber Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Teknik Analisis Data	48
F. Teknik Validitas Data	49
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	51
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	51
1. Profil Akun @intinyadeh	51
2. Profil Informan	52
3. Konten Isu Publik @intinyadeh	56
B. Penyajian Data	62
C. Analisis Data	80
1. Perspektif Teoritik	80
2. Perspektif Dakwah Islam	90
BAB V PENUTUP	96
A. Simpulan	96
B. Rekomendasi	97
C. Keterbatasan Penelitian	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	21
Gambar 2.2 Proses pembentukan persepsi	23
Gambar 2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi audiens	24
Gambar 0.1 Profil Akun @intinyadeh.....	51
Gambar 3.1 Pemberitaan kasus surat keracunan MBG	58
Gambar 3.2 Pemberitaan kasus penyalahgunaan wewenang Walikota Prabumulih	59
Gambar 3.3 Pemberitaan kasus salah tangkap demonstrasi Bandung	60
Gambar 3.4 Pemberitaan Kontroversi Tayangan Trans7 tentang Pesantren.....	61

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agee, W.K., P.H. Ault, and E. Emery. *Introduction to Mass Communications*. Longman, 1997.
<https://books.google.co.id/books?id=zvRhQgAACAAJ>.
- Alamsyah, Ilham Lucky, Nur Aulya, and Siti Handayani Satriya. *TRANSFORMASI MEDIA DAN DINAMIKA KOMUNIKASI DALAM ERADIGITAL : TANTANGAN DAN PELUANG ILMU KOMUNIKASI*. n.d.
- Albi Anggito, J. S. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
<https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>.
- Apandie, Chris. “KONSTRUKSI EDUKASI BAGI WARGA NEGARA MUDA PADA AKUN MEDIA SOSIAL TWITTER @asumsico.” *Jurnal Kewarganegaraan* 5, no. 1 (May 2021): 21–29. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i1.1291>.
- Ardianto, Elvinaro. “Lukiati Komala Dan Siti Karlinah. 2007.” *Komunikasi Massa*, 2007.
- Arikunto, Suharsimi. “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.” (*No Title*), 2010.
- Asmara, Sakhyani, and Febry Ichwan Butsi. “Twitter Dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunikasi Politik.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 2, no. 2 (2020): 75–84.
- Azzahra, Salsabilla Risna, and Athanasia Octaviani Puspita Dewi. *Pengalaman Informasi Pengguna Akun Autbase Twitter @Sbmptnfess sebagai Sumber Informasi bagi Calon Mahasiswa*. 2023.

- Boyd, Danah. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, 2014.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradima, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. 2006.
- Cesar, Heppy Prissilia, and Monika Aprilia. "Komunikasi Anonim Dalam Pemanfaatan Autbase Sebagai Media Informasi (Studi Netnografi pada Pengguna Akun @jogjamnfs di Twitter)." *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi* 7, no. 1 (April 2023): 1. <https://doi.org/10.33376/ik.v7i1.1731>.
- Damayanti, Rita. "Dasar-Dasar Psikologi." *Jakarta: FKM UI*. Hal 15 (2000).
- Hakim, Bhustomy, and Putri Rindu Kinasih. "Sentiment Analysis of Indonesian Citizen Tweets Using Support Vector Machine on the Rebranding of Twitter to X." *Jurnal Tekno Kompak* 18, no. 2 (July 2024): 468. <https://doi.org/10.33365/jtk.v18i2.4293>.
- Hang, Ling. *The Impact of Social Media on Modern Communication: Evolution and Future Prospects*. 2024.
- Hidayat, Dedy N. "Paradigma Dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik." *Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia*, 2003.
- Iskandar, Dudi. *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, Dan Etika Jurnalisme*. Penerbit Andi, 2018.
- Kapidzic, Sanja, Christoph Neuberger, Felix Frey, Stefan Stieglitz, and Milad Mirbabaie. "How News Websites Refer to Twitter: A Content Analysis of Twitter Sources in Journalism." *Journalism Studies* 23, no. 10 (July 2022): 1247–68. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2078400>.

- Kurniati, Kurniati, Muhammad Munir, Lilik Hamidah, and Annisa Shah Rizky. "Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5, no. 1 (October 2020): 78. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i1.27616>.
- Kusumaningrat, H., and P. Kusumaningrat. *Jurnalistik Teori Dan Praktik*. PT Remaja Rosda Karya, 2006. <https://books.google.co.id/books?id=VvmYtQEACAAJ>.
- Mandjar, Tasya Laurencia, and Gregorius Genep Sukendro. "Pengaruh Media Sosial Twitter @ohmybeautybank terhadap Minat Beli Kosmetik Lokal." *Prologia* 6, no. 2 (November 2022): 288–95. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15474>.
- McQuail, D. *Mass Communication Theory: An Introduction*. Sage Publications, 1987. <https://books.google.co.id/books?id=xTFiAAAAMAAJ>.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif: Remaja Rosdakarya*, Bandung. Indonesia, 2009.
- Mulyana, D. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, 2000. <https://books.google.co.id/books?id=c098AAAACAAJ>.
- Nasrullah, Rulli. "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi." *Bandung: Simbiosis Rekatama Media* 2016 (2015): 2017.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers, 2011.
- Rahardjo, Mudjia. *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. 2010.
- Rakhmat, Jalaluddin, and Tjun Surjaman. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, 1999.

Rega, Rosella. "Social Media News: A Comparative Analysis of the Journalistic Uses of Twitter." *Central European Journal of Communication* 14, no. 2(29) (December 2021): 195–216. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.2\(29\).1](https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.2(29).1).

Robbins, Stephen P. *Perilaku Organisasi*. 2003.

Rojas Torrijos, José Luis, and Álvaro Garrote Fuentes. "The Factuality of News on Twitter According to Digital Qualified Audiences: Expectations, Perceptions, and Divergences with Journalism Considerations." *Journalism and Media* 6, no. 1 (January 2025): 3. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010003>.

Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. 2019.

Salsabela, Kamila. "Narasi. Tv Melihat Peluang Dari Kacamata Audiens Pada Era Konvergensi Media." *Department of Communication Science, FISIPOL UGM*, 2021.

Siregar, Ade Kurniawan, and Eka Fitri Qurniawati. "Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo.co." *Journal of New Media and Communication* 1, no. 1 (April 2022): 1–15. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.1>.

Sobur, A. "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi." *Remaja Rosdakarya*, 2018.

Sudiyono Sudiyono. "Isu : Sebuah Technical Term Dalam Khasanah Ilmu Kebijakan." *Jurnal Manajemen Pendidikan UNY*, April 6, 2006.

Sugiyono, Dr. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2013.

Suhendra, Suhendra, and Feny Selly Pratiwi. "Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus

Media Sosial.” *Iapa Proceedings Conference*, October 31, 2024, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>.

Supratman, L.P., and A.B. Mahadian. *Psikologi Komunikasi*.

Deepublish, 2018.

<https://books.google.co.id/books?id=bQdhEQAAQBAJ>.

Sutopo, Heribertus B. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: sebelas maret university press, 2002.

Syaodih Sukmadinata, Nana. “Metode Penelitian Pendidikan.”

Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007, 169–70.

Wahab, S.A. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi Ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Bumi Aksara, 2021.

<https://books.google.co.id/books?id=mHorEAAAQBAJ>.

Winarno, B., and I. Ismawan. *Teori Dan Proses Kebijakan Publik*.

Media Pressindo, 2002.

<https://books.google.co.id/books?id=tfZTYgEACAAJ>.

Zukhrufillah, Irfani. “Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif.” *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (March 2018): 102.

<https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.235>.