



ABSTRAK

ANALISIS RESEPSI MASYARAKAT NTB TERKAIT KREDIBILITAS KONTEN AKUN INSTAGRAM @insidelombok SEBAGAI SUMBER INFORMASI DIGITAL

LL. M. Hatami
5211711216

Penelitian ini membahas bagaimana masyarakat NTB memaknai kredibilitas konten yang disajikan oleh akun Instagram @insidelombok sebagai sumber informasi digital lokal di wilayah Provinsi NTB. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori analisis resepsi dari Stuart Hall sebagai landasan utama. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan dengan rentang usia 20 hingga 30 tahun, yang aktif menggunakan media sosial Instagram, mengikuti akun @insidelombok dan berdomisili di wilayah Provinsi NTB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten Instagram @insidelombok terbagi dalam dua posisi utama: lima informan (BAR, ROV, KA, UA, OC) menempati posisi dominan hegemonik (*Dominant Hegemonic Position*) karena menerima isi pesan yang ingin disampaikan oleh media secara utuh dan mempercayai kredibilitas kontennya. Sedangkan lima lainnya (BNJF, FR, FA, GF, RH) berada pada posisi oposisi (*Oppositional Position*) karena menolak pesan yang ingin disampaikan oleh media yang dinilai tidak sesuai dengan nilai yang diyakini, kemudian para informan mengkritisi isi konten yang dinilai tidak sepenuhnya akurat atau tidak mencantumkan sumber secara jelas. Temuan ini menegaskan bahwa masyarakat tidak sekadar menjadi konsumen pasif, tetapi memiliki daya kritis dalam menerima atau menolak informasi yang beredar di media sosial berdasarkan pengalaman dan nilai yang mereka yakini.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Kredibilitas Konten, Media Sosial, Instagram, Masyarakat NTB

ABSTRACT

RECEPTION ANALYSIS OF NTB SOCIETY ON THE CREDIBILITY OF INSTAGRAM ACCOUNT @insidelombok AS A SOURCE OF DIGITAL INFORMATION

LL. M. Hatami
5211711216

This study explores how the people of West Nusa Tenggara (NTB) interpret the credibility of content shared by the Instagram account @insidelombok as a source of local digital information within the NTB Province. The research uses a descriptive qualitative approach, guided by Stuart Hall's reception analysis theory as its main theoretical framework. Data were collected through in-depth interviews with ten informants aged between 20 and 30 years old, who actively use Instagram, follow the @insidelombok account, and reside in the NTB region. The findings reveal that audience interpretations of @insidelombok's content are divided into two main positions: five informants (BAR, ROV, KA, UA, OC) fall into the Dominant Hegemonic Position as they fully accept the intended messages and trust the content's credibility. The other five informants (BNJF, FR, FA, GF, RH) are in the Oppositional Position, rejecting the intended message because it conflicts with their personal values. These informants criticize the content for being partially inaccurate or lacking clear sources. The findings emphasize that audiences are not merely passive consumers but possess critical awareness in interpreting, accepting, or rejecting digital media content based on personal experience and belief systems.

Keywords: *Reception Analysis, Content Credibility, Social Media, Instagram, NTB Society*