

ABSTRAK

Perkembangan media sosial itu sendiri akan menjadi peluang yang baik bagi perkembangan berbagai industri di Indonesia untuk menyajikan kebutuhan masyarakat seperti hiburan, edukasi, perdagangan, sarana untuk mendapatkan informasi, dan lain sebagainya. Salah satu akun instagram ternama di kalangan pecinta vespa tua di Indonesia yang menjadi sorotan sebagai media informasi mengenai vespa tua dan *sparepart*-nya yaitu @vespasoy. Selain memberikan informasi mengenai vespa tua dan *sparepart*-nya akun tersebut juga menjual aksesoris maupun suku cadang *after market* vespa tua. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi yang dilakukan oleh *followers* @vespasoy dengan melihat pembentukan persepsi yang terjadi menurut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi mengenai *sparepart* vespa tua pada akun instagram @vespasoy yang dilakukan oleh *followers*-nya dengan melihat perubahan persepsi ketika melihat akun instagram @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, kepada lima informan terkait. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder menggunakan studi pustaka dari buku dan sumber *online*. Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teori yang digunakan yaitu media informasi dan persepsi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para *followers* akun @vespasoy memanfaatkan media sosial instagram sebagai media informasi dengan melihat perubahan persepsi ketika melihat akun instagram @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua setelah mendapatkan informasi dari akun instagram @vespasoy.

Kata Kunci: Instagram, Media Informasi, Persepsi.