

Peran Akun Instagram @Unida_Bogor Sebagai Sarana Informasi Dan Komunikasi Mahasiswa

Nazla Asyila Nadhifa¹, Gladys Marshanda^{2*}, Nurul Assyifaturohma³, Siti Ainayya Sakinah⁴, Tubagus Reza Oktavian⁵,

¹ Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, asyilanazla@gmail.com

² Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, gladysmarshanda21@gmail.com

³ Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, nrlassyifa2002@gmail.com

⁴ Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, mhsswfsp@gmail.com

⁵ Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, tubagusrezaoktavian@gmail.com

ABSTRAK

Perguruan tinggi pada era digital semakin mengalami perkembangan yang signifikan, dimana media sosial menjadi platform utama yang dijadikan sarana berkomunikasi dan mendapatkan atau berbagi informasi, serta membangun keterlibatan komunitas akademis. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sering dimanfaatkan oleh lembaga sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi. Universitas Djuanda sebagai lembaga perguruan tinggi yang terus berupaya menjaga, meningkatkan kualitas pelayanan dan kebutuhan mahasiswanya, ikut serta membangun perkembangan komunikasi dengan membuat dan berinteraksi melalui akun instagram resmi Universitas Djuanda, yaitu @unida_bogor. Keberagaman konten, keakuratan informasi, konten kreatif dan tingkat interaksi dengan mahasiswa merupakan salah satu faktor kepuasan mahasiswa terhadap informasi yang disajikan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran akun instagram @unida_bogor dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya mengenai Universitas Djuanda Bogor. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi ke lapangan dan wawancara mendalam pada 3 informan pendukung yaitu mahasiswa Universitas Djuanda Bogor dan 1 informan ahli yaitu humas Universitas Djuanda Bogor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun instagram @unida_bogor digunakan untuk menyebarkan informasi atau kebutuhan mahasiswa dalam berkomunikasi melalui instagram nya dengan memanfaatkan fitur yang ada, seperti direct message (DM), story instagram, kolom komentar serta @unida_bogor sesuai dengan empat konsep dari Chris Heuer dalam Solis mengenai penggunaan media sosial instagram yaitu *context, communication, collaboration, dan connection*.

Kata Kunci: @unida_bogor, Chris Heuer, Kebutuhan Informasi, Peran Instagram.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini banyak mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia termasuk mempermudah dalam kegiatan komunikasi untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Bentuk dari perkembangan teknologi yang berkembang saat ini yaitu adanya media sosial. Masyarakat menggunakan media sosial sebagai alat berkomunikasi atau mendapatkan informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial juga adalah salah satu sarana suatu kelompok/komunitas, atau lembaga untuk berinteraksi antar anggota kelompok tanpa harus bertatap muka. Berdasarkan data dari Good Stats pada tahun 2023 rata-rata penduduk dunia bisa menghabiskan waktu dengan media sosial yaitu sekitar 2 jam 31 menit. Dan Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan paling lama dengan waktu 12 jam per bulan. Dilansir dari survey databoks pada tahun 2023 melalui katadata, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak yaitu 89,15 juta pengguna, dan menjadi urutan ke-4 di dunia.

Salah satu lembaga yang mengikuti perkembangan media sosial dengan signifikan yaitu perguruan tinggi, dimana media sosial digunakan sebagai sarana memberikan informasi dan komunikasi serta membangun keterlibatan komunitas akademik. Instagram adalah aplikasi media sosial yang populer digunakan mahasiswa. Maka dari itu, Universitas Djuanda sebagai perguruan tinggi yang berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa nya juga membuat akun Instagram secara resmi yaitu @unida_bogor.

Keberagaman konten, keakuratan informasi, konten kreatif dan tingkat interaksi dengan mahasiswa merupakan salah satu faktor kepuasan mahasiswa terhadap informasi yang disajikan. Hal tersebut adalah upaya untuk memenuhi peranan akun Instagram sebagai sarana informasi dan komunikasi melalui akun Instagram @unida_bogor.

Peranan media sosial khususnya akun Instagram @unida_bogor sebagai sarana menyampaikan informasi kepada mahasiswa menimbulkan pertanyaan, sejauh mana akun resmi milik kampus berhasil berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi bagi mahasiswa Universitas Djuanda. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan akun Instagram @unida_bogor dalam menyajikan informasi dan sarana komunikasi antara lembaga dengan mahasiswa.

State of the art penelitian ini yaitu artikel dilakukan oleh Nainggolan et al., (2018) berjudul “Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT MANADO” membahas tentang bagaimana media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa. Berdasarkan kesimpulan, media sosial Instagram memiliki peran yang sangat signifikan dalam memfasilitasi interaksi sosial antar mahasiswa di era digital ini, menjadi wahana yang memungkinkan mereka untuk saling terhubung, meluapkan emosi, berbagi pengalaman, dan memperkuat jaringan sosial mereka.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, suatu metode yang memerlukan eksplorasi yang mendalam. Sesuai dengan definisi Moleong (2013), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, mencakup pelaku, persepsi, motivasi, dan perilaku. Penelitian ini akan memfokuskan peranan akun Instagram @unida_bogor dalam menyajikan sarana informasi dan komunikasi bagi Mahasiswa Universitas Djuanda.

Peneliti menggunakan 3 metode dalam mengumpulkan data, di antaranya adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti mengajukan pertanyaan kepada sumber yang relevan dengan harapan memperoleh informasi yang diperlukan dan mengembangkannya lebih lanjut untuk menjawab pertanyaan yang diteliti.

2. Observasi

Observasi merupakan langkah mengamati secara langsung partisipan dan lingkungannya dengan maksud tertentu, dengan tujuan untuk mengungkap dan menganalisis dasar serta alasan di balik kemunculan perilaku tertentu.

3. Studi Literatur

Metode studi literatur terdiri dari serangkaian kegiatan yang dilakukan melalui pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian yang didapatkan.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama humas sekaligus pengelola Instagram @unida_bogor dan mahasiswa Universitas Djuanda Bogor. Selain itu, untuk mendukung data penelitian juga dilakukan observasi atau pengamatan terhadap postingan @unida.bogor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian peran instagram @unida_bogor dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi mahasiswa Universitas Djuanda, dengan menggunakan pendekatan yang ada pada konsep penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada informan yaitu pihak humas Universitas Djuanda, beberapa informan tambahan yang merupakan mahasiswa Universitas Djuanda sekaligus *followers* Universitas Djuanda. Dalam konsep penggunaan media sosial instagram pada akun Universitas Djuanda :

1. *Context*

Konsep pertama dalam penggunaan media sosial yaitu *context*. Menurut Chris Heuer pendiri social media club dan innovator media baru solis dalam Evelina & handayani, (2018) *context* adalah bagaimana media sosial dapat memberikan informasi melalui sebuah bentuk pesan atau cerita, pesan yang disajikan dengan dikemas dalam bentuk yang menarik dan disampaikan dengan menggunakan Bahasa yang mudah dipahami sesuai dengan isi dari pesan yang di maksud.

Akun Instagram Universitas Djuanda memiliki tujuan ingin menyampaikan pesan kepada pengikut/ audiens khususnya mahasiswa Universitas Djuanda bahwa akun Instagram merupakan wadah penyaluran/penyebaran informasi mengenai akademik maupun non akademik yang memiliki feeds warna hijau dan putih sebagai ciri khas. Akun Instagram Universitas Djuanda banyak memperhatikan hal – hal yang berkaitan dengan penyampaian informasi kegiatan kampus yang berhubungan dengan akademisi mahasiswa. Akun Instagram Universitas Djuanda menyampaikan pesan melalui postingan yang di lengkapi caption dengan menggunakan gaya Bahasa netral menyesuaikan konten dan dapat diterima dilingkungan mahasiswa dengan ciri khas karakter kampus bertauhid yaitu dilengkapi dengan ayat suci al-qur'an. Akun instagram Universitas Djuanda juga menekan pesan yang ingin disampaikan dengan cara menambahkan hastag pada setiap caption di postingan *feeds* Instagram yaitu #universitasdjuanda, #unida bertauhid, #kampusbertauhid. kemudian akun Instagram Universitas Djuanda juga menyampaikan pesan melalui unggahan konten reels mengenai kegiatan di kampus.

2. *Communication*

Konsep pemanfaat akun instagram yang kedua ada komunikasi. Menurut Chris Hauer dalam buku Engage Solis dalam Evelina & Handayani, (2018:73) *communication* , yaitu media sosial dapat menjadi wadah penyaluran dan penerimaan informasi dalam bentuk pesan atau cerita, kemudian nantinya berkembang menyesuaikan dengan kenyamanan pengguna sehingga pesan yang ditujukan terima dan mendapat respons dengan baik.

Sesuai dengan pembahasan yang berikatan dengan konsep *Communicatin* dalam pemanfaatan akun Instagram Universitas Djuanda, khususnya untuk menjalin interaksi dengan pengikut atau mahasiswa, akun tersebut menggunakan fitur yang telah disediakan oleh Instagram. Fitur-fitur tersebut meliputi *instagram story*, *reels*, dan *feeds* sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Dari berbagai fitur yang tersedia di instagram, terlihat bahwa *feeds* dan *instagram story* adalah yang paling sering

dimanfaatkan oleh akun instagram Universitas Djuanda untuk memposting foto atau video yang berisi informasi pada platform tersebut. Selain itu, akun Instagram Universitas Djuanda juga secara aktif berinteraksi dengan pengikut dan mahasiswa, yakni dengan merespons komentar dan menjawab pertanyaan yang diterima melalui pesan pribadi.

3. *Collaborations*

Konsep penggunaan media sosial yang ketiga adalah *collaboration*. Chris Heuer dalam Sutrisno & Mayangsari (2021), *collaboration* adalah tindakan hasil kolektif melalui interaksi atau percakapan (*conversation*) sehingga membuat penggunaan media sosial menjadi lebih efektif dan efisien.

Dari seluruh pembahasan mengenai komponen *collaboration* yang dilakukan oleh Universitas Djuanda dengan pengikutnya, Universitas Djuanda telah melakukan kolaborasi dengan konsumennya, yaitu dengan me-repost postingan followers yang telah men-tag @unida.bogor di instagram.

4. *Connection*

Konsep penggunaan media sosial instagram yang keempat adalah *connection*. Menurut Chris Heuer dalam Sutrisno & Mayangsari (2021), *connection* adalah melakukan upaya untuk merawat hubungan yang kita pelihara secara berkelanjutan dengan tujuan membuat pengguna media merasa lebih terhubung dengan suatu platform.

Dalam konsep ini, Universitas Djuanda menjalin komunikasi dengan para pengikutnya dengan mengoptimalkan fitur komentar dan pesan langsung untuk membina keterhubungan. Meskipun demikian, universitas lebih menonjolkan interaksi melalui pesan langsung, khususnya dengan cara merespons pertanyaan yang diajukan oleh para pengikut melalui pesan langsung.

KESIMPULAN

Peran media sosial Instagram dalam akun Universitas Djuanda sebagai sarana informasi dan komunikasi untuk mahasiswa Universitas Djuanda telah diuraikan

dalam pembahasan. Kesimpulannya, penggunaan Instagram oleh Universitas Djuanda bertujuan untuk menyebarkan informasi seputar aktivitas kampus melalui konten yang diunggah pada feeds dan reels oleh akun universitas. Tujuannya adalah membantu mahasiswa dalam mendapatkan informasi terkini. Akun Instagram Universitas Djuanda menggunakan platform tersebut untuk menyampaikan pesan berisi informasi tentang kegiatan akademik dan non-akademik. Mereka mengusung pendekatan bahasa yang mudah dipahami dan menambahkan kalimat pada caption yang bersifat mengajak, disertai dengan penggunaan hashtag seperti #universitasdjuanda, #unidabertauhid, dan #kampusbertauhid. Dalam berinteraksi dengan para pengikut, akun Instagram Universitas Djuanda menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram. Mereka aktif berkomunikasi dengan followers melalui komentar dan pesan langsung. Sebagai bentuk kolaborasi, akun tersebut juga memposting ulang konten dari followers yang telah menandai @unida.bogor di Instagram.

Upaya yang telah dilakukan akun Instagram Universitas Djuanda dalam menyebarkan informasi dapat dikatakan efektif dan berhasil membangun hubungan yang hangat dengan followersnya. Dengan adanya akun instagram universitas djuanda yang menyajikan konten-konten mengenai informasi yang berhubungan dengan kegiatan akademik maupun non akademik di kampus memudahkan mahasiswa mendapatkan informasi dengan cepat. Serta respon admin akun Instagram universitas yang sering kali membalas direct message dan komentar memberikan kesan baik dan *fast respon*, kemudian konten yang disajikan cukup menarik membuat mahasiswa senang membuka dan/atau mencari informasi di akun instagram Universitas Djuanda.

REFERENSI

- Adhandayani, A. (2020). Metode Observasi. *Metode Penelitian*, 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Annur, M. C. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>

Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>

Hayati, R. (2021, Juni 04). *Pengertian Wawancara, Tujuan, Jenis, Ciri, dan Cara Membuatnya*. Diambil kembali dari penelitianilmiah.com: <https://penelitianilmiah.com/wawancara/>

Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>

Rusmawan, U. (2019). *Teknik Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemrograman*. PT Elex Media Komputindo.

Surya Ramadiansyah, & Chaerowati, D. L. (2021). Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.64>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Syafnidawati. (2020, November 10). *Observasi*. Diambil kembali dari raharja.ac.id: <https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>

Yonathan, A. Z. (2023). *Indonesia Jadi Negara Keempat Pengguna Instagram Terlama di Dunia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-keempat-pengguna-instagram-terlama-di-dunia-AG3iS#:~:text=Di Indonesia sendiri%2C terdapat 89,%2C Amerika Serikat%2C dan Brasil>