

-

*by* Tania Faradiba 1151700059

---

**Submission date:** 14-Dec-2022 08:02PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1981064701

**File name:** FISIP\_1151700059\_Tania\_Faradiba\_Indrayana.pdf (2.04M)

**Word count:** 4989

**Character count:** 30697

**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada awal sejarah, manusia bertukar informasi melalui bahasa. Maka bahasa adalah teknologi. Bahasa memungkinkan seseorang memahami informasi yang disampaikan oleh orang lain. Setelah itu teknologi penyampaian informasi berkembang melalui gambar. Dengan gambar jangkauan informasi bisa lebih jauh. Gambar ini bisa dibawa-bawa dan disampaikan kepada orang lain. Suatu gambar yang mewakili suatu peristiwa dibuat dengan kombinasi alfabet atau dengan penulisan angka, seperti MCMXLIII diganti dengan 1943. Teknologi dengan alfabet ini memudahkan dalam penulisan informasi itu. Kemudian, teknologi percetakan memungkinkan pengiriman informasi lebih cepat lagi. Teknologi elektronik seperti radio, TV, komputer mengakibatkan informasi menjadi lebih cepat tersebar di area yang lebih luas dan lebih lama tersimpan.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi (Canggara, 010:123,126). Media massa ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya), media elektronik (film, televisi dan radio). Keberadaan media tersebut tidak lepas dari perkembangan dan kemajuan dari teknologi komunikasi itu sendiri. Pada umumnya perkembangan media elektronik khususnya televisi lebih pesat bila dibandingkan dengan media cetak, namun pada dasarnya kedua media tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga keduanya sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa yang tepat. Pada zaman modern yang semakin maju ini komputer telah mengalami evolusi sehingga sudah mencapai generasi kelima yang telah melahirkan generasi baru yaitu terjadinya penggabungan antara teknologi komputer dan komunikasi sehingga

sering di sebut sebagai teknologi informasi dan komunikasi yang dibuat untuk membantu menyelesaikan berbagai masalah dengan mudah dan cepat.

Perkembangan zaman sekarang ini sebagai awal dari revolusi industri di bidang sosial media yang memunculkan istilah *new media* (media baru), dengan cara berkomunikasi yang semakin mudah, dengan kemajuan teknologi semua dapat berkomunikasi dengan praktis dan mudah dengan kemunculan internet yang terbentuk dari inovasi-inovasi lama yang kurang relevan. Apabila di era lama seseorang menggunakan benda untuk suatu fungsi, misalnya koran untuk membaca, televisi untuk ditonton, radio untuk didengar, maka di era baru yakni *new media* (media baru) dalam banyak hal kita dapat melakukan banyak hal sekaligus dengan sistem penyebaran yang mudah dan cepat dari media komunikasi melalui internet (Nur Fitriatus, 2016).

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan dunianya sendiri seperti yang mereka kehendaki, ada banyak sekali media sosial yang sekarang ini menjadi tren dalam kehidupan remaja: *instagram*, *faceook*, *twitter*, *blog*, *wordpres*, *skype*, dan masih banyak lainnya (Anoname, 2011-2013). Berbagai kelebihan yang dimiliki oleh media sosial membuatnya mampu menggeser dominasi media massa konvensional seperti televisi, koran, radio, dan lain-lain. Kemudahan dalam penggunaannya, keleluasaan waktu, kebebasan yang lebih luas, serta interaksi langsung dengan pengguna lain merupakan hal yang sangat mendukung kegiatan kehumasan media yang dilakukan perusahaan atau instansi. Berbagai jenis *platform* media sosial bermunculan dengan menawarkan fitur, keunikan, dan keunggulannya masing-masing. Mereka bersaing melakukan berbagai inovasi demi menarik minat para pengguna media sosial untuk menggunakan *platform*nya. Hal ini tentu membuat pengguna sangat diuntungkan dalam berbagai hal tidak terkecuali juga komunitas-komunitas seperti Pemuda Berkain Surabaya.

Instagram sebagai salah satu media sosial tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya, yang kemudian dapat membaginya ke berbagai layanan jejaring sosial lain yang dimilikinya, dari sekian banyaknya media sosial yang tersedia, *instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati oleh pengguna

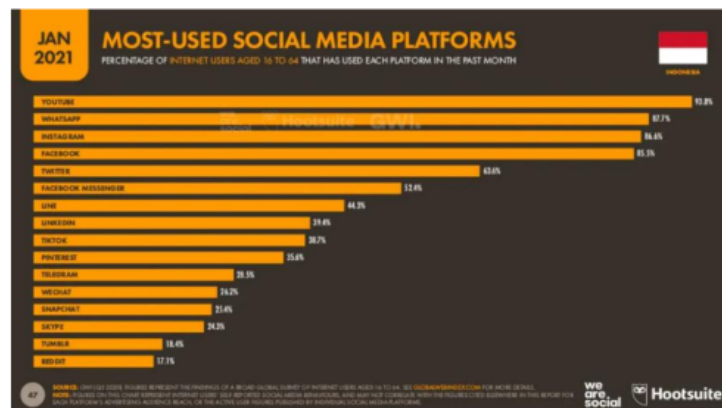
internet dan gadget. Salah satu jenis media sosial populer yang mendukung dalam mengunggah dan berbagi gambar adalah Instagram. Instagram tersusun dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”. Arti kata pertama diambil dari kata “*instant*” yaitu serba cepat atau mudah, sedangkan kata “*gram*” diambil dari “*telegram*” yang maknanya dikaitkan dengan media pengiriman informasi yang sangat cepat (Instagram, 2016). Selain itu, Instagram juga dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Setiap pengguna Instagram akan memiliki sebuah akun. Pada akun tersebut ada sebuah laman yang menampilkan gambar dan video yang diunggah oleh pengguna. Tiap gambar/video yang diunggah dapat diberi komentar atau tanda “*Love*” oleh pengguna lainnya. Fitur lain dari Instagram adalah fitur “*Follow*” yang memungkinkan pengguna untuk mengikuti pengguna lain sehingga unggahan dari pengguna lain tersebut ditampilkan di laman yang ia miliki

Menurut hasil survei Most Active Social Media Platforms, penggunaan Instagram di Indonesia menjadi peringkat ketiga tertinggi diantara media sosial yang lain, dengan persentase grafik sebesar 86,6% menjadikan Instagram adalah platform media sosial ketiga yang paling aktif diantara yang lain, hal ini dikarenakan Instagram memberikan sejumlah keunggulan penampilan audio visual, sehingga para audience dapat memahami informasi yang disampaikan dan mudah dimengerti.

Konten yang terdapat dalam Instagram memiliki ketertarikannya masing-masing. Dibuat oleh konten kreator dalam berbagai macam informasi dalam akun Instagram yang disampaikan salah satunya adalah gaya berpakaian di kalangan milenial yang berdampak banyak milenial memiliki gaya berpakaian unik dan bervariasi pada saat ini.

Berikut hasil survei pemaparan penggunaan social media di Indonesia pada januari 2021 oleh We Are Social:

### Gambar 1.1 Social Media Survey



Sumber : <https://dataportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

2

Pemanfaatan media sosial setiap individu tentu dapat mempermudah untuk mencapai suatu tujuan. Media sosial menjadi tempat individu agar bisa berinteraksi secara bebas dan terbuka, juga dapat menjadi salah satu tempat untuk membentuk eksistensi diri. Masyarakat mulai gemar menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi karena kemudahan yang ditawarkan.

2

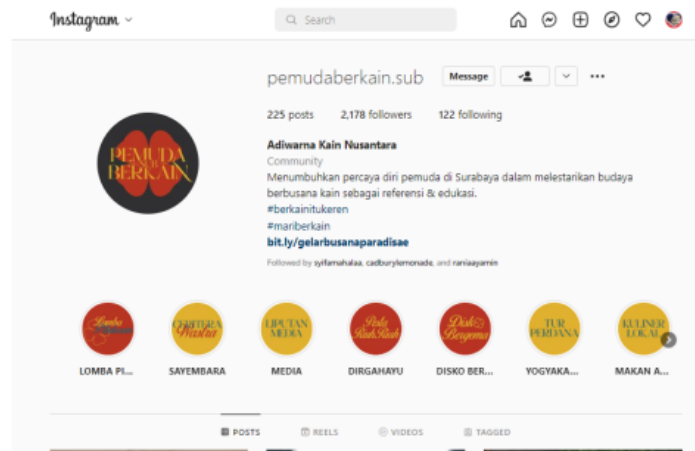
Salah satu organisasi yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain adalah Organisasi Pemuda Berkain Surabaya. Berawal dari media sosial Instagram inilah akun @pemudaberkain.sub memposting berbagai kegiatannya dan konten-konten yang dianggap sebagai edukasi tentang berkain yang memberi wadah bagi remaja-remaja untuk mendapatkan berbagai informasi tentang berkain mulai dari sejarah, inspirasi, tren, dan lain-lain. Selain karena banyaknya pengguna Instagram di seluruh dunia, yang akan memperluas potensi untuk meningkatkan eksistensi dari Pemuda Berkain Surabaya, Instagram juga dipilih karena fitur-fiturnya yang lengkap dan sangat mendukung.

1

Dalam kegiatannya, @pemudaberkain.sub sudah pasti tidak terlepas oleh adanya penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi

bagi para pengikutnya dan siapapun yang ingin terlibat di dalamnya. Stigma masyarakat yang masih memandang penggunaan kain hanya sebatas untuk acara formal ingin mereka ubah. Gerak Samudra dari Pemuda Berkain Surabaya menuturkan, ide awal membuat organisasi tersebut adalah ketertarikannya bersama teman-temannya akan kain tradisional Indonesia yang begitu kaya. Ditengah gencarnya perkembangan *fashion* dunia, Organisasi Pemuda Berkain Surabaya tetap berkomitmen untuk mengandalkan karakter tradisional yang khas serta eksklusif dengan corak kain dari berbagai daerah menghasilkan motif yang bisa jadi keunikan bagi pemakainya. Selain itu, mereka juga berupaya supaya kain bisa menjadi *daily wear* atau pakaian sehari-hari serta untuk memperkenalkan sekaligus melestarikan budaya berkain. Budaya berkain ini sendiri yaitu, di mana kain khas Indonesia digunakan dalam berbusana sehari-hari. Berkain bisa mengangkat dan merangkul budaya lama untuk hadir kembali di era modern saat ini. Terdapat berbagai cara dalam menggunakan kain yang dapat disesuaikan dan dipadupadankan sesuai dengan selera fesyen masing-masing individu (Aldeline E, 2021).

### **Gambar 1.2 Profil Instagram Pemuda Berkain Surabaya**



masgbxjabjkxmasbXbkjaBX

Fesyen adalah suatu bagian dari keseharian manusia yang tidak terpisahkan. *Trend* fesyen tidak pernah redup dan menjadi acuan bagi lahirnya jenis-jenis fesyen di dunia. (Dina Midiana 2015) mengemukakan bahwa, di Indonesia pemerintah mengungkapkan Indonesia dapat menjadi salah satu pusat *mode* dunia pada tahun 2025 (Wahyuni 2015, *Agar Mendunia Industri Fesyen Harus Memanfaatkan Kekayaan Lokal*, *cnindonesia*, dilihat 10 September 2017, ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com))).

Dari pemaparan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik ingin mengetahui pengelolaan penggunaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh organisasi Pemuda Berkain Surabaya sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi melalui fitur-fitur yang terdapat di Instagram serta ingin mengetahui kendala yang dihadapi oleh Pemuda Berkain Surabaya dalam memanfaatkan Instagram.

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial instagram dengan melakukan penelitian dimulai dari bagaimana pengamatan masalah dalam penggunaan sosial media Instagram, strategi komunikasi yang digunakan dan perencanaan konten untuk meda sosial dan evaluasi megenai hasil yang didapat.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

2  
Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram untuk meningkatkan eksistensi organisasi Pemuda Berkain Surabaya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

2  
Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang ditemukan dalam rumusan masalah, menjelaskan dan menguraikan bagaimana peran sosial media bisa memanfaatkan untuk kepentingan organisasi dan juga meningkatkan eksistensi organisasi Pemuda Berkain Surabaya.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1  
Manfaat yang ingin diperoleh dari tujuan peneliti adalah:

#### 1.5.1 Manfaat Akademis

1  
Penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan studi kasus. Secara akademis penelitian ini dapat menambah kajian perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya tentang edukasi yang ditampilkan pada akun media sosial dan memberikan ilmu pengetahuan untuk audiens.

#### 1.5.2 Manfaat Praktis

1  
Penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang diterima oleh peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi sekaligus memberikan masukan kepada siapa saja yang ingin mengetahui hubungan *Instagram* terhadap eksistensi pada organisasi Pemuda Berkain Surabaya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Deskripsi Subjek

Hadinya teknologi yang berkembang dengan sangat pesat ini telah membantu manusia mempermudah melakukan berbagai aktivitas tanpa ada batasan ruang dan waktu. Kehadiran internet juga sangat membantu kinerja organisasi untuk penyebaran informasi, juga untuk memperoleh informasi yang ada dalam ruang lingkup tak terbatas. Media sosial unggul dalam proses penyampaian pesan, dimana pesan mampu tersebar secara cepat dan otomatis, sehingga mempermudah proses penyebaran informasi serta mampu menjangkau khalayak umum.

Pemuda Berkain Surabaya sebuah organisasi yang menjadi wadah untuk anak muda di Surabaya dan sekitarnya dapat mengenal kain, baik gaya berbusana maupun ilmu mengenai tentang kain dan sebagainya.



## **4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada pembahasan ini peneliti akan menyajikan hasil yang telah diperoleh mengenai media sosial Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi pada penggunaan Instagram dalam akun pemudaberkain.sub. Supaya data yang didapat bisa memenuhi keabsahan penelitian, ada beberapa tahapan yang dilaksanakan oleh peneliti, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahapan wawancara, peneliti melaksanakan wawancara dengan dua informan yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Kedua informan tersebut merupakan ketua organisasi Pemuda Berkain Surabaya dan tim media sosial Pemuda Berkain Surabaya sebagai tim yang bertanggung jawab terhadap media sosial Instagram sesuai kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti pada lampiran panduan wawancara dan kriteria informan. Kemudian berlanjut ke tahap kedua, yaitu peneliti melaksanakan observasi melalui pengamatan aktivitas yang sedang berlangsung pada akun media sosial Instagram pemudaberkain.sub.

Pada tahapan ketiga, peneliti mendokumentasikan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan berupa dokumentasi tertulis dan tidak tertulis. Setelah melakukan semua tahapan tersebut, selanjutnya peneliti melakukan penyajian data berupa hasil yang sudah diperoleh dari penelitian yang diteliti. Hasil dari penelitian yang telah diteliti digunakan untuk memenuhi tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi organisasi pemuda berkain Surabaya.

### **4.2.1 Penggunaan Media Sosial Instagram Pemuda Berkain Surabaya Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Eksistensi**

Akses melalui internet terhadap media tak dapat dipungkiri telah menjadi salah satu kebutuhan pokok untuk setiap individu. Hal tersebut

dikarenakan setiap individu mempunyai kebutuhan akan informasi, edukasi, hiburan, serta akses pengetahuan dari belahan dunia yang berbeda. Dengan semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri dan kemajuan teknologi informasi yang kian pesat membuat seakan-akan dunia di dalam genggaman seseorang. Hal ini memperlihatkan bahwa keberadatan media baru (*new media* atau *cybermedia*) menjadikan sebuah informasi seperti sesuatu yang mudah didapat dan bersifat terbuka. Di era ini membuat media tradisional seakan-akan mendapatkan competitor baru dalam menyebarkan berita. Dapat diketahui selama ini institusi media sebagai lembaga yang memegang kendali dalam pemberitaan, kedatangan internet dan media sosial memberikan kebebasan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan sebuah peristiwa dan informasi yang sedang terjadi disekitar masyarakat. Permasalahan yang sering timbul di tengah kelompok masyarakat yaitu lembaga media yang bisa saja menyembunyikan peristiwa, namun sebaliknya dengan adanya internet khalayak memperoleh peristiwa yang disembunyikan melalui khalayak lain (Nasrullah, 2015)

Instagram ialah salah satu media sosial yang dengan kehadirannya membuat sebuah informasi sebagai sesuatu yang tidak sulit dicari dan bersifat terbuka. Hal itu juga disampaikan oleh pendiri Instagram, yaitu Kevin Systrom bahwa tujuan dibuatnya Instagram adalah sebuah cara baru untuk berkomunikasi melalui sebuah gambar. Media sosial Instagram disukai khalayak karena kecepatan dan kemudahan dalam berbagai foto dan video dalam suatu peristiwa. Kevin juga menegaskan produk inti dari Instagram sendiri juga akan selalu gratis (Atmoko, 2012). Hal inilah yang juga menjadikan alasan Pemuda Berkain Surabaya membuat sebuah akun di Instagram seperti halnya yang disampaikan oleh informan ketua Pemuda Berkain Surabaya.

“Karena Instagram itu salah satu *platform* media sosial yang *flexible* dan juga gratis serta penggunaanya itu dari berbagai kalangan dari berbagai kalangan dan status. Serta sebagian besar masyarakat kan juga sekarang beralih ke Instagram karena

penggunaannya yang mudah dan selalu cepat dalam memberi informasi terkini.”

(Gerak Samudra, Ketua Pemuda Berkain Surabaya.)

Instagram juga memiliki pengguna aktif yang terus meningkat. Dapat dilihat dari grafik [goodnewsfromindonesia.id](https://goodnewsfromindonesia.id), Instagram memiliki pengguna aktif mencapai 69 juta pengguna pada periode Januari-Mei 2020 menurut data yang dirilis oleh Napoleon Cat (Iman, 2020). Hal itu juga yang membuat Pemuda Berkain Surabaya terus menggunakan serta memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi seperti halnya yang dijelaskan informan pertama alasan mengapa Pemuda Berkain Surabaya memilih Instagram sebagai salah satu media sosial yang mereka gunakan.

“Karena kita lihat sebagian besar anak-anak muda bersosialisasinya lewat media sosial jadi kita juga mau memanfaatkan Instagram jadi media penunjang sosialisasi organisasi ini dan Instagram juga memiliki pengguna tertinggi daripada media sosial lainnya”

(Gerak Samudra, Ketua Pemuda Berkain Surabaya)

Dengan meningkatnya pengguna Instagram tersebut, Pemuda Berkain Surabaya juga memanfaatkan Instagram sebagai tempat membagikan *campaign-campaign* serta kegiatan organisasi melalui fitur unggahan *feeds* atau foto ataupun video yang merupakan fitur yang paling sering digunakan oleh Pemuda Berkain Surabaya bertujuan untuk dilihat oleh pengguna Instagram lainnya. Hal ini diketahui melalui wawancara yang dilakukan kepada salah satu informan, Desintha Kusuma Wardhani yang biasa dipanggil Desi selaku Tim Sosial Media Pemuda Berkain Surabaya.

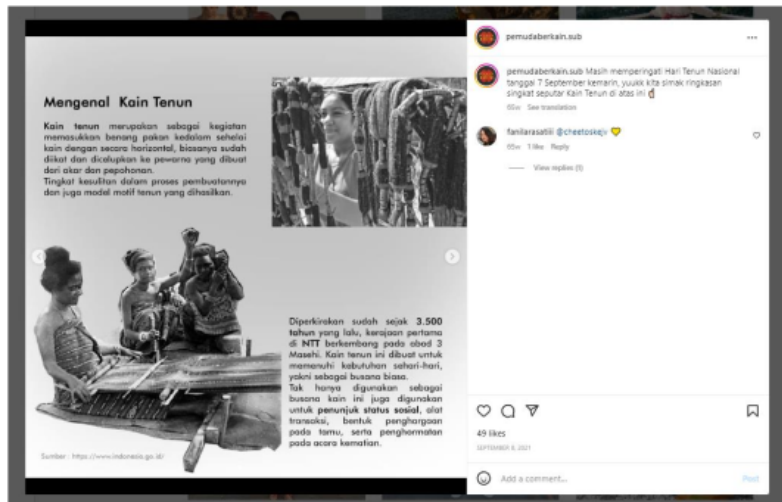
“Fitur yang sering digunakan biasanya sih *postingan feed* baik foto ataupun video tentang *campaign* atau kegiatan Pemuda Berkain Surabaya yang lagi berjalan dan yang akan datang. Seperti akhir-akhir ini kita lagi memperbanyak *postingan* tentang acara pameran kita yang bakal diadain bulan depan agar langsung dilihat oleh masyarakat luas. Karena memang Instagram sendiri juga merupakan media yang selalu dibuka oleh masyarakat, nah sari situ kita terbantu.”

(Desintha Kusuma Wardhani, Tim Sosial Media Pemuda Berkain Surabaya)



Gambar 4.2.1.1 Tampilan Konten Foto Terkait Pemberitahuan Kegiatan yang Akan Diadakan Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



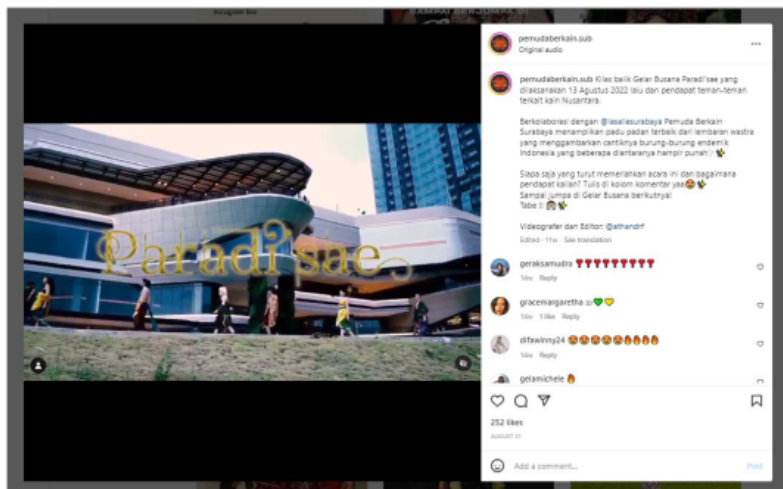
Gambar 4.2.1.2 Konten Foto Terkait Edukasi Tentang Kain

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



Gambar 4.2.1.3 Tampilan Konten Foto Terkait Pemuda Berkain Surabaya Memperingati Perayaan Hari Batik Nasional

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



Gambar 4.2.1.4 Tampilan Awal Video Peragaan Busana yang Diadakan oleh Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



Gambar 4.2.1.5 Tampilan Konten Foto Kilasan Pertemuan Pemuda Berkain Surabaya dengan Wakil Walikota Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



Gambar 4.2.1.6 Tampilan Konten Foto Remaja-remaja Berkain

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Setelah *posting* foto atau video di media sosial Instagram, dalam fitur *home page* maka pengguna maupun Pemuda Berkain Surabaya akan masuk ke halaman utama yang menampilkan foto-foto atau video-video terbaru baik milik akun Pemuda Berkain Surabaya ataupun akun yang diikuti oleh aku Pemuda Berkain Surabaya.

Untuk fitur selanjutnya yaitu fitur *explore* yaitu foto atau video yang paling banyak diperbincangkan atau bisa dikatakan populer yang memang fungsi dasarnya yakni menampilkan foto yang paling banyak disukai. Informan dari Pemuda Berkain Surabaya pun juga menjelaskan mengenai fitur ini yang juga berkesinambungan dengan fitur *like* pada fitur aktivitas pada Instagram.

“Jadi sumber informasi yang biasa kita berikan lewat Instagram tuh dari internal tim sosial media kita sendiri juga



menggunakan sumber dari Instagram nya mbak lewat fitur *explore*. Nah fitur itu akan mempermudah kita, mana aja nih yang lagi *trending* atau yang lagi sering dibahas. Kan biasanya yang masuk *explore* itu yang jumlah *likenya* banyak dan itu juga kenapa kami berusaha membuat postingan semenarik mungkin supaya kita juga punya peluang besar untuk muncul di *explore* biar postingan kita bisa dilihat banyak pengguna Instagram bukan cuma pengikut akun Pemuda Berkain Surabaya aja.”

(Desintha Kusuma Wardhani, Tim Sosial Media Pemuda Berkain Surabaya)



Gambar 4.2.1.7 Tampilan Awal Video Pemuda Berkain Surabaya Memperingati Perayaan Hari Kartini

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

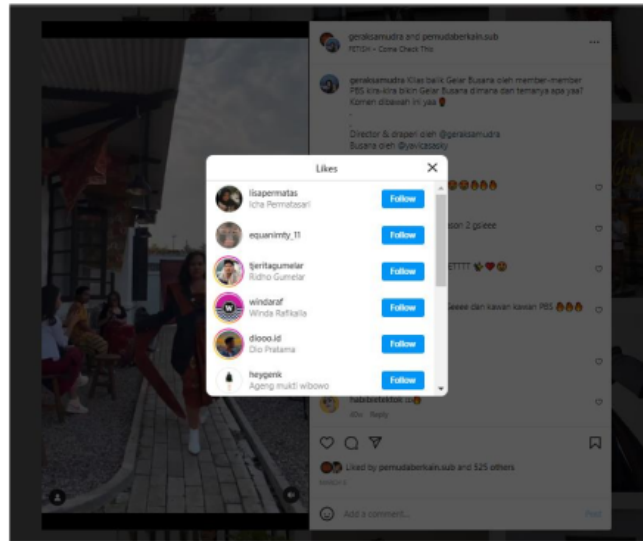
Fitur utama berikutnya adalah **news feed**. Dalam **fitur ini** menampilkan **notifikasi** yang berhubungan dengan **berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna Instagram** pada akunnya. Diantaranya yaitu aktivitas seperti mengetahui foto-foto yang disukai oleh pengikut atau pun bukan, pengguna yang baru diikuti ataupun pengguna yang baru mengikuti pada akun Instagram yang digunakan. Lalu masuknya komentar-komentar yang terjadi pada postingan foto maupun video yang diunggah (Atmoko, 2012). Aktivitas-aktivitas yang dilakukan tentunya memiliki fitur sendiri dalam Instagram yaitu follow, like, comments, dan mentions. Dalam fitur follow sendiri, tim Pemuda Berkain Surabaya juga memanfaatkan fitur ini. Bisa ditemukan pada menerkan followers (pengikut) dan following (diikuti) dalam profil Pemuda Berkain Surabaya.



Gambar 4.2.1.8 Tampilan Jumlah Pengikut dan yang Diikuti pada Instagram Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Berikutnya yaitu fitur like, like yakni memberikan tanda *love* pada unggahan foto ataupun video yang disukai oleh pengguna. Pada fitur ini juga, kita dapat melihat jumlah like dan siapa saja yang telah menyukai foto atau video yang pengguna unggah dapat dilihat.



Gambar 4.2.1.9 Tampilan Like pada Unggahan Gelar Busana dalam Akun Pemuda Berkain Surabaya

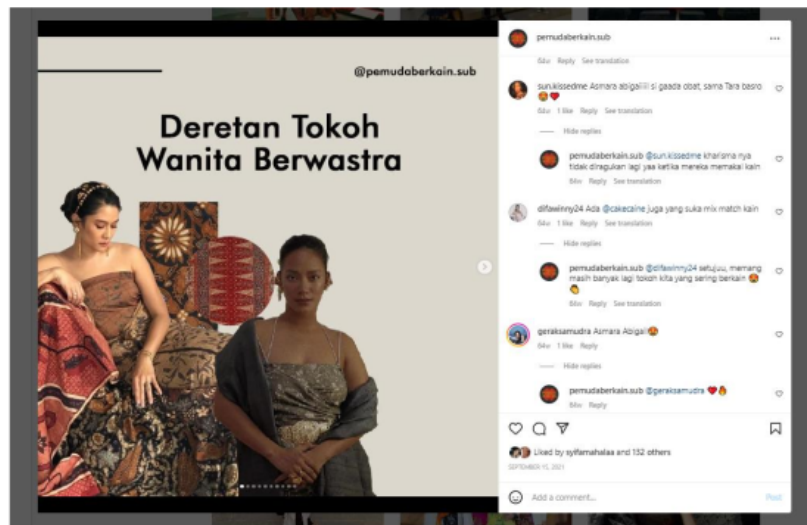
Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkaib.sub/>

Berlanjut pada fitur comments pada Instagram, fitur ini sama seperti fitur *like* yaitu sama-sama bagian dari interaksi. Namun yang membedakan, fitur *comments* lebih hidup dan personal. Karena dengan komentar, pengguna dapat mengungkapkan pikirannya melalui kata-kata yang ingin disampaikan baik komentar dalam bentuk pujian, saran, maupun sebuah kritikan (Atmoko,2012). Sama seperti halnya Pemuda Berkain Surabaya, dalam berinteraksi tim media sosialnya juga menggunakan fitur *comments* sebagai bentuk pendekatan komunikasi agar lebih dekat dengan pengguna Instagram lainnya serta mendapatkan timbal balik yang cepat, baik pengikutnya ataupun tidak. Hal itu juga disampaikan oleh informan, Desintha sebagai Tim Sosial Media Pemuda Berkain Surabaya.

“Fitur yang digunakan untuk memudahkan kita dalam pendekatan komunikasi dengan pengguna Instagram lainnya sih pake *Q&A* yang ada di *stories ig*, *direct*

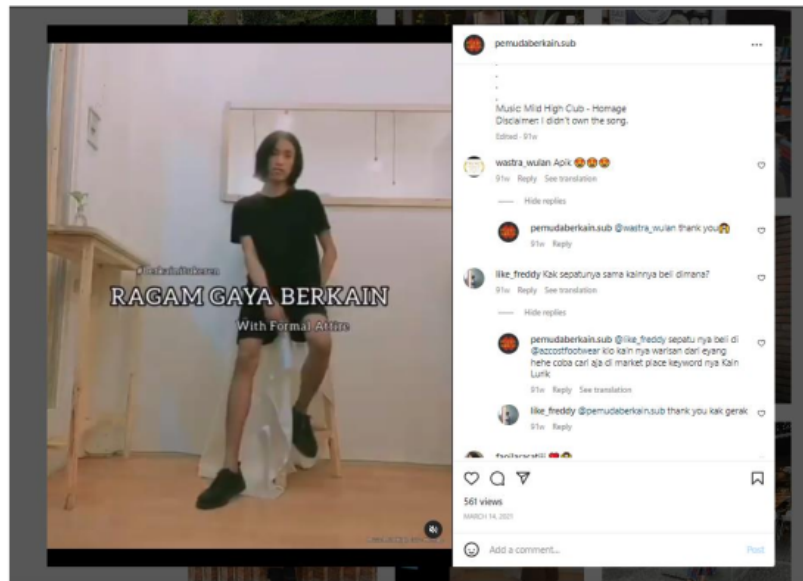
message, terus balesin komentar yang ada di feeds dan ditambah ini juga sih mbak *emoticon* love sama *emoticon-emoticon* lainnya buat pengguna Instagram lainnya yang juga komen di kolom komentar”

(Desintha Kusuma Wardhani, Tim Sosial Media Pemuda Berkain Surabaya)



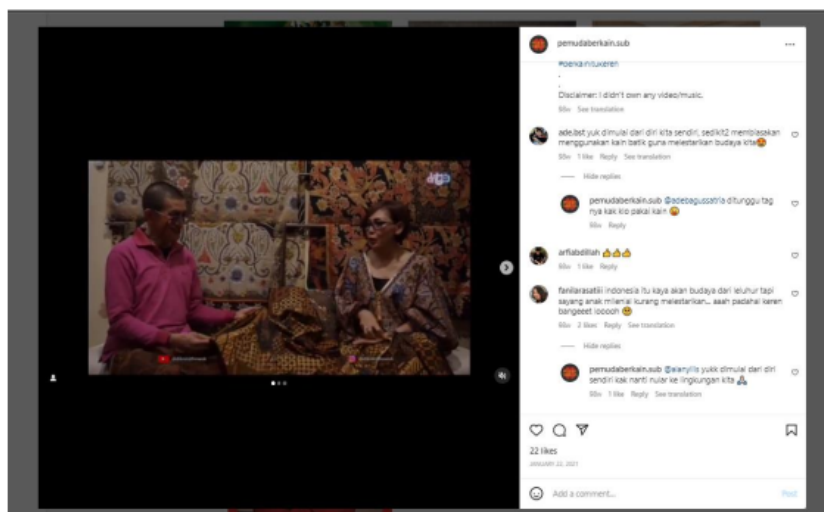
Gambar 4.2.1.10 Tampilan *Comments* yang Diberikan oleh Akun Pemuda Berkain Surabaya Kepada Pengguna Instagram lainnya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberka.in.sub/>



Gambar 4.2.1.11 Tampilan *Comments* yang Diberikan oleh Akun Pemuda Berkain Surabaya Kepada Pengguna Instagram lainnya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>



Gambar 4.2.1.12 Tampilan *Comments* yang Diberikan oleh Akun Pemuda Berkain Surabaya Kepada Pengguna Instagram lainnya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkaain.sub/>

Fitur aktivitas pada Instagram yang terakhir yaitu *mentions*, dalam menggunakan fitur tersebut dengan cara menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan *username* akun Instagram yang dituju untuk saling menyapa atau memanggil. Fitur ini dapat diterapkan baik didalam *caption* maupun komentar (Atmoko,2012). Pemuda Berkain Surabaya sendiri juga menggunakan fitur ini saat membalas komentar dari pengguna lain dan membuat *caption* setelah itu menggunakan *mentions* untuk kolaborasi membuat suatu konten.



Gambar 4.2.1.13 Tampilan *Mentions* pada *Caption* yang Dibuat oleh Akun Pemuda Berkain Surabaya tentang Undangan di acara #CollabonationTour oleh Indosat

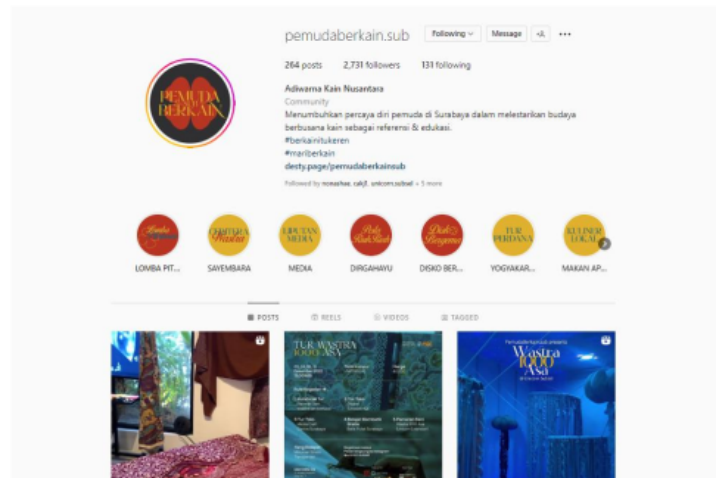
Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkaain.sub/>



Gambar 4.2.1.14 Tampilan *Mentions* pada Kolom Komentar pada Akun Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Fitur utama terakhir yaitu profil. Dalam Fitur ini menampilkan jumlah *follower* dan jumlah *following* serta tentunya berisikan jumlah foto dan video yang telah di unggah. Terdapat deskripsi singkat mengenai profil pengguna yang dapat dilihat jika membuka profil akun yang ingin dituju. Tentunya Pemuda Berkain Surabaya juga memanfaatkan fitur ini untuk mendeskripsikan mengenai akunnya dan terdapat aktivitas yang diunggah, baik itu foto maupun video.



Gambar 4.2.1.15 Tampilan Profil pada Akun Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Pada tampilan Instagram terdapat tiga fitur lainnya, yaitu *caption*, *hashtag*, dan lokasi. *Caption* atau bisa disebut membuat judul serta deskripsi pada foto atau video sebelum diunggah. Dalam fitur ini pengguna akan diberikan kebebasan dan kesenangan tersendiri, karena di sini dapat berkreasi dengan <sup>7</sup> merangkai kata sesuai keinginan pengguna. Pada dasarnya *caption* dapat memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada video atau foto (Atmoko, 2012). Pemuda Berkain Surabaya juga menggunakan fitur ini dalam unggahannya, baik foto ataupun video tentang edukasi tentang kain atau wastra, informasi kegiatan Pemuda Berkain Surabaya, hingga konten-konten inspirasi gaya berkain.





Gambar 4.2.1.16 Tampilan *Caption* pada Unggahan Foto di Akun Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Fitur kedua tampilan Instagram lainnya yaitu *hashtag*. Fitur ini merupakan suatu label (*tag*) dengan bentuk kata yang diberi awalan tanda tagar (#). Dalam fitur tagar ini membantu memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto ataupun video yang tersebar di Instagram dengan label tertentu. Dalam arti pengguna akan lebih efektif mendapatkan pengikut dan berbagi lebih banyak orang melewati label tersebut. Begitu juga dengan Pemuda Berkain Surabaya, memanfaatkan tagar-tagar dalam setiap *caption* yang dibuat.



Gambar 4.2.1.17 Tampilan *Hashtag* pada Unggahan Foto di Akun Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

Fitur ketiga pada tampilan Instagram lainnya yaitu lokasi. Semua smartphone saat ini telah dilengkapi dengan fitur geotag. Di mana fitur ini terdapat di pengaturan kamera atau lokasi. Geotag sendiri memanfaatkan data jaringan operator jika tersedia maupun GPS. Jika diaktifkan, maka setiap ingin mengunggah foto atau video otomatis lokasinya dapat diketahui. Karena setiap melakukan pengambilan foto atau video system ini juga mencatat lokasi pengambilannya yang tersimpan pada meta data. Pemuda Berkain Surabaya sendiri juga menggunakan fitur ini dalam beberapa unggahannya.



Gambar 4.2.1.18 Tampilan Lokasi pada Unggahan Foto di Akun Pemuda Berkain Surabaya

Sumber: <https://www.instagram.com/pemudaberkain.sub/>

### 4.3 Pembahasan

Setelah dilakukan penyajian data yang berisikan hasil dari wawancara dari beberapa informan, maka selanjutnya akan dibahas dalam bab ini. Pembahasan merupakan hasil akhir dari perolehan data peneliti terkait hasil wawancara yang sudah didapatkan. Pemuda Berkain Surabaya merupakan organisasi yang memberi wadah untuk anak-anak muda dalam mengekspresikan diri dengan menggunakan kain atau wastra. Melalui Media Sosial Instagram inilah Pemuda Berkain Surabaya Berikut merupakan hasil pembahasan yang diolah peneliti berdasarkan empat kriteria dalam *media richness theory* oleh Daft dan Lengel tahun 1984:

#### 1. The Speed of Feedback (Kesegaran dalam Menyampaikan Umpan Balik)

Kriteria ini memiliki peran yang penting dalam suatu proses komunikasi karena terjadi penundaan informasi dapat mengakibatkan isu penting menjadi tidak tepat lagi. Pemuda Berkain Surabaya memiliki Instagram karena memang penggunaannya yang cepat dan mudah dalam membagikan

unggahannya tentang informasi tentang wastra dan umpan balik yang diberikan oleh pengguna lain juga cepat. Hal itu dapat dibuktikan melalui wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan yang merupakan ketua dan anggota Pemuda Berkain Surabaya bahwa saat Pemuda Berkain Surabaya akan mengadakan acara maka tim media sosial Pemuda Berkain Surabaya melakukan beberapa unggahan terkait acara tersebut. Hal itu bertujuan untuk agar langsung dilihat oleh masyarakat luas yang menggunakan Instagram. Inilah mengapa Instagram masuk dalam kriteria *the speed of feedback*.

## 2. *The Capacity to Carry Multiple Cues* (Keragaman Isyarat)

Keragaman Isyarat atau biasa disebut *multiple cues* mengarah pada kemampuan media untuk mengkomunikasikan pesan melewati pendekatan yang berbeda-beda, baik verbal maupun non verbal seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, dan sebagainya. Dalam kriteria ini, Instagram memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan baik verbal ataupun non verbal. Hal itu dapat dibuktikan melalui unggahan video dari akun Pemuda Berkain Surabaya yang memperlihatkan kilasan keseruan dan kemeriahan kegiatan-kegiatan pada rangkaian acara perayaan hari jadi Pemuda Berkain Surabaya. Unggahan dalam bentuk verbalnya yaitu adanya konten video tanya jawab dengan anggota Pemuda Berkain Surabaya tentang cerita mengenai R.A Kartini di Hari Kartini.

## 3. *The Ability to Use Natural Language* (Keragaman Bahasa)

Dalam keragaman bahasa atau yang disebut *the ability to use natural language*, merupakan kemampuan kualitas penggunaan kata yang berbeda untuk mencapai pemahaman dengan variasi cara dalam menyampaikan suatu konsep dan ide melalui simbol bahasa. Dalam unggahan video Pemuda Berkain Surabaya, memperlihatkan kilasan dari kegiatan pagelaran busana yang berkolaborasi dengan Lasalle Surabaya bertema burung-burung endemic Indonesia yang beberapa nya hampir punah. Dalam unggahan tersebut memiliki kualitas video yang bagus, suara yang jernih, serta terdapat tulisan pada *caption* yang berkaitan dengan isi video. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memenuhi kriteria ketiga dimana media dapat diperingkat berdasarkan urutan menurun berdasarkan kekayaan media yang digunakan yaitu dari tatap muka, system audio, video dan system teks.

#### 4. *The Degree of Personal Focus* (Sumber Personal)

Tingkatan hubungan personal yakni kemampuan media mengantarkan perasaan dan emosi dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam akun Pemuda Berkain Surabaya di Instagram telah mampu mempengaruhi emosi pengguna lainnya dengan konten-konten atau berita yang di unggah. Konten yang diproduksi oleh Pemuda Berkain Surabaya tersebut bersifat antusias memberi edukasi tentang wastra atau berkain serta inspiratif gaya tampilang dengan busana berkain yang membuat seseorang tersebut ikut merasakan ke antusiasan. Dengan adanya konten foto atau video dan berupa *caption* yang menjelaskan lebih terperinci sebuah keantusiasan para anggota Pemuda Berkain yang otomatis mampu mempengaruhi perasaan atau emosi pengguna lainnya yang dapat dilihat dari komentar serta like hal itu dapat melihat perasaan seseorang untuk ikut menggunakan busana dengan balutan kain.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penyajian data serta pembahasan yang telah diuraikan diatas, mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram Pemuda BERkain Surabaya sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi melalui fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram berdasarkan empat kriteria dalam media richness theory oleh Daft dan Lengel tahun 1984 guna mengetahui Instagram masuk atau tidaknya pada kesempurnaan media, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

<sup>4</sup> Dalam *media richness theory* oleh Daft memiliki empat kriteria kekayaan yang meliputi *the speed of feedback, the capacity to carry multiple cues, the ability to use natural language*, dan *the degree of personal focus*.

#### 1. *The Speed of Feedback* (Kesegaran dalam Menyampaikan Umpan Balik)

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa dengan penggunaan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi melalui fitur *postingan feed, comments, like, caption, hashtag, mentions*, dan lokasi. Berdasarkan wawancara yang <sup>4</sup> dilakukan dan temuan di Instagram milik Pemuda Berkain Surabaya, fitur-fitur tersebut mendukung informasi secara berkala dan umpan balik yang cepat sesuai seperti kriteria kesegaran dalam menyampaikan umpan balik dalam *media richness theory*.

#### 2. *The Capacity to Carry Multiple Cues* (Keragaman Isyarat)

<sup>4</sup> Penggunaan keragaman isyarat yang digunakan dalam menggunakan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi dalam akun Pemuda Berkain Surabaya yaitu dengan fitur *postingan feed* dan *caption*. Dua fitur itu mendukung kemampuan media untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda baik verbal maupun non-verbal yang merupakan kriteria dari keragaman isyarat dalam *media richness theory*.

#### 3. *Ability to Use Natural Language* (Keragaman Bahasa)

Berdasarkan dari hasil penelitian, penggunaan keragaman bahasa yang digunakan dalam Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi dalam akun Pemuda Berkain Surabaya yaitu dengan melalui fitur *feed* dan *caption*. Dengan <sup>6</sup> adanya fitur-fitur tersebut mendukung media memiliki peringkat dengan urutan menurun berdasarkan kekayaan mereka, yaitu *tatap muka, sisten video, sistem audio dan sistem teks* yang merupakan kriteria keragaman bahasa dalam *media richness theory*.

#### 4. *The Degree of Personal Focus* (Sumber Personal)

<sup>6</sup> Dalam kriteria sumber personal kemampuan sebuah media mengantarkan perasaan personal dan emosi dari pihak-pihak yang saling berkomunikasi. Dapat dilihat dalam Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi dalam

akun Pemuda Berkain Surabaya. Dengan menggunakan fitur *postingan feed*, *comments*, *like*, dan *caption* mendukung media media menunjukkan perasaan emosi dan perasaan pada kriteria sumber personal dalam *media richness theory*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, keempat kriteria kesempurnaan media dalam *media richness theory* diterapkan melalui fitur-fitur yang digunakan oleh Pemuda Berkain Surabaya di akunnya “pemudaberkain.sub” dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan eksistensi. Artinya media sosial Instagram media yang masuk pada kesempurnaan media dalam *media richness theory* oleh Daft dan Lengel tahun 1984. Dari hasil wawancara dan temuan pada akun Pemuda Berkain Surabaya di Instagram menyimpulkan bahwa semua fitur digunakan oleh Pemuda Berkain Surabaya, namun yang paling sering digunakan yaitu fitur *postingan feed*, *comments*, *like*, *caption*, *hashtag*, *explore*, dan *mentions*.

## 5.2 Rekomendasi

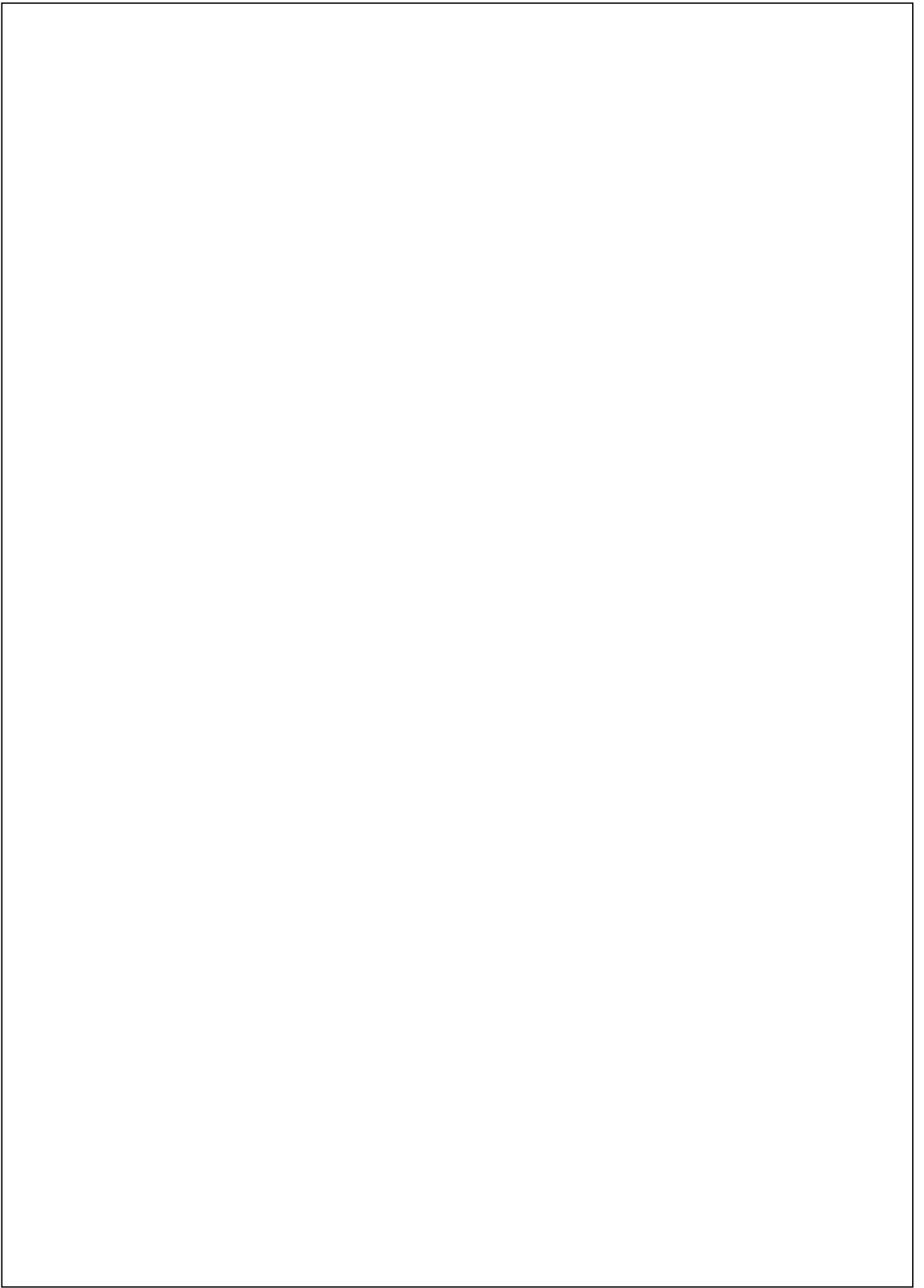
Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang telah dibahas, penelitian ini pada dasarnya berjalan dengan baik, namun tidak ada salahnya jika peneliti memberikan beberapa saran dan masukan kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan ialah:

### 1. Akademis

Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya. Peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggali lebih dalam mengenai pemanfaatan media sosial indtagram, terutama untuk konsentrasi New Media terkait dengan pemanfaatan media baru. Peneliti selanjutnya juga dapat merubah objek atau subjek penelitian selanjutnya mengenai pemanfaatan media baru.

### 2. Praktis

Diharapkan bagi sebuah organisasi baik dalam bidang sosial maupun bukan, hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai acuan dalam menerapkan pemanfaatan media baru dalam melakukan kegiatan di organisasinya. Sebuah organisasi juga akan lebih bagus dapat memanfaatkan media baru dengan ciri khasnya sendiri dalam membuat isi konten yang berbeda dari yang lainnya.





---

ORIGINALITY REPORT

---

**17%**  
SIMILARITY INDEX

**19%**  
INTERNET SOURCES

**2%**  
PUBLICATIONS

**4%**  
STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

**1** [eprints.stikosa-aws.ac.id](http://eprints.stikosa-aws.ac.id) **5%**  
Internet Source

---

**2** [repository.iainpurwokerto.ac.id](http://repository.iainpurwokerto.ac.id) **3%**  
Internet Source

---

**3** [journal.unnes.ac.id](http://journal.unnes.ac.id) **2%**  
Internet Source

---

**4** [digilib.uin-suka.ac.id](http://digilib.uin-suka.ac.id) **2%**  
Internet Source

---

**5** [eprints.kwikkiangie.ac.id](http://eprints.kwikkiangie.ac.id) **2%**  
Internet Source

---

**6** [jim.unsyiah.ac.id](http://jim.unsyiah.ac.id) **2%**  
Internet Source

---

**7** [konsultasiskripsi.com](http://konsultasiskripsi.com) **2%**  
Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off