

Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi

Vira Indar Nevryra*, Sori Monang, Abdul Karim Batubara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

This article aims to describe and explain how the use of the Instagram application is used as a medium of interaction and communication. The problem is focused on the use of Instagram as a communication medium, the weaknesses and strengths of Instagram as a communication medium, and the impact of using Instagram on the social life of students. In order to approach this problem, the uses and gratifications theory is used as a reference. The data was collected through observations of students' Instagram accounts, in-depth interviews with students with Instagram accounts, and documenting student activities on Instagram. The results show that Instagram has advantages and disadvantages, as well as positive and negative impacts. The positive impact of using Instagram for students is that they gain a lot of insight and information, make users creative, can see the outside world through photos and videos, can meet old friends and new people around the world, and provide many benefits for business actors. Meanwhile, the negative impact that is felt is to make Instagram addicted and wasteful in using the internet.

ARTICLE HISTORY

Submitted 05 November 2021
Revised 19 November 2021
Accepted 26 November 2021

KEYWORDS

Instagram; Communication Media

CITATION (APA 6th Edition)

Nevryra, V. Indar, et al. (2022). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi. *Communication and Social Media*. 1(2), 49-56.

*CORRESPONDANCE AUTHOR

Viraindar@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada masa yang segalanya serba digital banyak hal yang mulai mengalami perubahan. Segala hal sudah dapat dikerjakan secara otomatis dengan menggunakan teknologi. Umat manusia diseluruh penjuru dunia pada masa ini sudah menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Mau tidak mau, siap tidak siap, seseorang akan dipaksa untuk berbaur dengan kecanggihan teknologi yang ada. Banyak pekerjaan yang menjadi semakin lebih mudah, cepat dan efisien jika dikerjakan dengan bantuan teknologi. Begitu juga dengan interaksi dan komunikasi. Manusia setiap harinya melakukan interaksi dan komunikasi dengan manusia lainnya. Metode saling memberi dan menerima pesan berupa kabar, pemikiran, keinginan yang biasa dilakukan agar memenuhi suatu kesepakatan bersama disebut dengan komunikasi (Sulianta, 2015, p. 7). Untuk menghindari kesalahpahaman yang mungkin terjadi maka penting sekali untuk menciptakan suatu interaksi komunikasi yang sesuai dalam kehidupan sehari-hari.

Pembahasan mengenai komunikasi juga dibahas dalam Al-Qur'an salah satunya adalah QS. An-Nisa' ayat 9.

سَدِيدًا قَوْلًا وَلِيَقُولُوا اللَّهُ فُؤَادًا: فَلَيْتَ عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةَ خَلْفِهِمْ مِنْ تَرَكُوا لَوِ الَّذِينَ وَلِيخْشَنَ

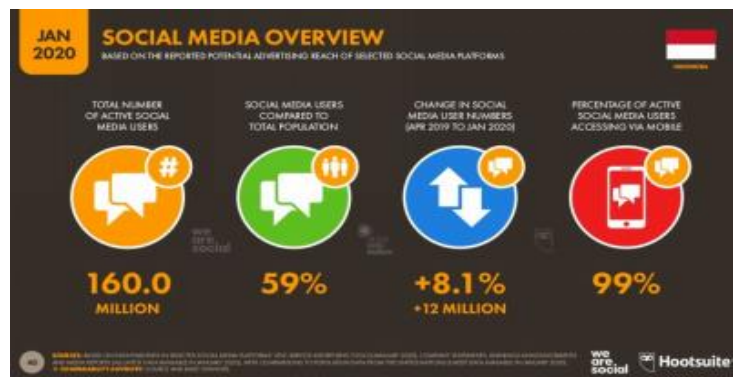
Artinya:

"Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar". (QS. An-Nisa' 4:9). Melalui ayat tersebut diketahui jika manusia dianjurkan untuk selalu menyampaikan tutur kata yang benar sehingga tidak menyebabkan kesalahpahaman diantara sesama manusia. Penyampaian berita benar sudah termasuk dalam kegiatan komunikasi yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Pada zaman dahulu manusia biasa berinteraksi dan berkomunikasi secara tatap muka atau menggunakan surat berisi pesan untuk disampaikan kepada keluarga atau teman dengan jarak yang tidak dekat. Akibat dari sistem

yang digunakan masih terbilang sangat konvensional maka proses pengiriman, penerimaan hingga balasan pesan yang disampaikan bisa memakan waktu yang cukup lama. Media yang digunakan dalam pengiriman pesan jarak jauh pun terbatas hanya dengan menggunakan surat. Tidak seperti saat sekarang ini, di mana penggunaan surat sudah jarang sekali digunakan. Pengiriman pesan dapat dilakukan melalui media elektronik. Pesan yang dikirim juga tidak terbatas hanya pesan singkat saja namun juga dapat berupa file, dokumen, foto, video. Hal ini lah yang turut mendorong banyaknya bertumbuhan aplikasi-aplikasi media sosial yang berfungsi sebagai media interaksi dan komunikasi. Hanya dengan menghubungkan aplikasi sosial media dengan jaringan internet yang tersedia saat ini, maka setiap pengguna dapat memanfaatkannya untuk memudahkannya dalam melakukan pertukaran pesan dengan sesama teman ataupun keluarga meski jarak dan waktu diantara mereka sangat jauh seperti halnya di luar kota bahkan sampai dengan luar benua.

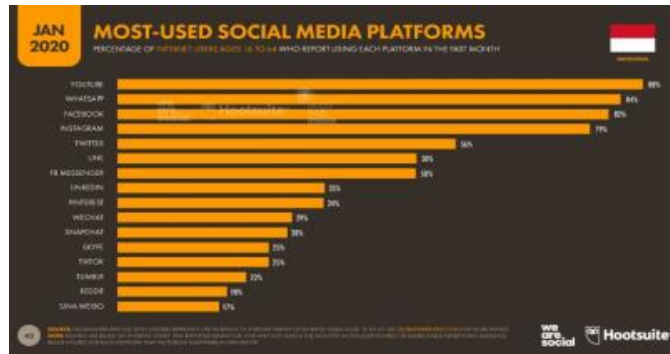
Sosial media merupakan suatu sarana yang dapat membuat suatu website untuk saling berhubungan yang dibentuk melalui ide-ide dan cara-cara ilmiah dari generasi terbaru *www* (web ver. 2.0) (Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, 2010) dalam (Sulianta, 2015, pp. 5–6). Dengan adanya media sosial maka interaksi dan komunikasi antar manusia akan menjadi lebih mudah. Ahlqvist, Toni; Ba ck, A.; Halonen, M.; Heinonen, S (2008) dalam (Sulianta, 2015, p. 5) menjelaskan bahwa konten dan pemikiran yang terdapat di setiap komunitas online keseluruhannya telah tercakup ketika individu melakukan kegiatan berinteraksi sosial yang berlangsung diantara sesama individu.



Sumber: *Datareportal*, 2020

Gambar 1.1. Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan hasil survei Indonesian Digital Report 2020 yang dilakukan oleh Hootsuite (We are social) diatas dapat dilihat jika total pengguna media sosial aktif di Indoneisa sebanyak 160 juta jiwa atau lebih dari setengah jumlah populasi rakyat Indonesia (59%). Pengguna media sosial yang aktif melalui ponsel ada sekitar 99% dari keseluruhan pengguna media sosial yang ada (Kemp, 2020). Aplikasi media sosial Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sedang digandrungi oleh mayoritas orang di penjur u bumi. Aplikasi ini adalah aplikasi media sosial yang berfungsi untuk menangkap gambar, merekam video serta membagikannya kepada pengguna Instagram lain. Pada awal kemunculannya Instagram merupakan hasil bentukan dari Kevin Systrom dan Mike Krieger (Jubilee, 2012, p. 2). Meski hanya sebagai tempat berbagi foto dan video, namun Instagram cukup mampu membuktikan bahwa dirinya adalah bagian dari media interaksi dan komunikasi. Walaupun Orang-orang di komunitas online tersebut berasal dari berbagai penjur u dunia dan tidak saling mengenal namun mereka tetap dapat saling terhubung hanya dengan saling berbagi photo dan video.



Sumber: Datareportal, 2020

Gambar 1.2. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan

Dilihat dari survei Indonesian Digital Report 2020 yang dilakukan oleh Hootsuite (We are social) diatas dapat dilihat jika di Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 79% dari jumlah populasi rakyat Indonesia atau diurutan keempat ditempati oleh pengguna Instagram. Diikuti dengan Facebook sebanyak 82%, Whatsapp sebanyak 84%, dan Youtube sebanyak 88% dari jumlah populasi rakyat Indonesia (Kemp, 2020).



Sumber: Datareportal, 2020

Gambar 1.3. Pengguna Instagram di Indonesia

Berdasarkan hasil survei Indonesian Digital Report 2020 yang dilakukan oleh Hootsuite (We are social) diatas dapat dilihat jika total jumlah pengguna Instagram di Indonesia hingga tahun 2020 berjumlah 63 juta jiwa. Terdapat sekitar 50,8% pengguna Instagram dengan jenis kelamin perempuan dan ada sekitar 49,2% pengguna yang berjenis kelamin laki-laki (Kemp, 2020).

Media sosial dengan pengguna terbanyak nomor empat di Indonesia jika dilihat dari survei diatas adalah Instagram. Instagram merupakan platform yang paling menonjolkan fitur berbagi photo dan video di dunia virtual. Namun hal itu tidak menyurutkan orang-orang untuk menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial mereka. Orang tetap tertarik untuk berinteraksi dan berkomunikasi menggunakan Instagram. Peneliti melihat di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial stambuk 2017, hampir keseluruhan dari mereka telah memiliki akun media sosial Instagram sendiri. Dari mereka itu semua ada sebagian yang aktif dalam penggunaan Instagram sebagai media komunikasi mereka. Ada beberapa masalah yang peneliti lihat dari penggunaan Instagram yaitu mudahnya teradi spamming di kolom komentar pemilik akun Instagram dimana orang lain (followers) akan mudah berkomentar baik itu komentar positif maupun negatif, mudahnya Instagram dimasuki oleh orang lain seperti mengirim direct message kepada pemilik akun meskipun mereka tidak saling mengikuti di Instagram, mudahnya melakukan pengiriman komentar kebencian secara langsung kepada pemilik akun ketika sedang melakukan siaran langsung (live). Selain

memberikan komentar negatif kepada pemilik akun Instagram, pengguna Instagram lain dapat meng-upload foto atau video yang berisi konten negatif dan langsung men-tag pemilik akun lain sehingga pemilik akun lain dapat melihat konten tersebut.

Dari semua masalah yang dapat terjadi dengan penggunaan Instagram, peneliti melihat hampir kebanyakan masalah yang ditimbulkan berupa komentar atau ujaran kebencian. Hal ini akan menjadikan terbentuknya cyber bullying. Suatu keadaan dimana seseorang menerima banyak komentar negatif seperti celaan, hinaan dan dipermalukan serta memperoleh ancaman dari pengguna lain merupakan suatu keadaan yang dinamakan cyber bullying (Jannah, 2020, p. 97). Efek dari cyber bullying akan sangat mengganggu bagi korbannya. Cyber bullying dapat menciptakan keadaan terburuk bagi korbannya bahkan ada yang sampai mengalami depresi ringan hingga berat yang mengakibatkan timbulnya dorongan untuk mengakhiri hidup karena merasa malu, merasa dibenci, merasa kesepian dan merasa tersudutkan oleh pelaku cyber bullying.

Selain masalah yang timbul dari Instagram itu sendiri, peneliti melihat ada masalah yang timbul dari para pengguna media sosial Instagram tersebut. Beberapa dari mereka menjadi seseorang yang lebih aktif di Instagram bahkan memiliki banyak pengikut (followers) serta sering berinteraksi dengan orang-orang baru namun di kehidupan sehari-hari mereka merupakan orang yang tertutup dan cenderung tidak ingin bergaul. Pengguna Instagram juga cenderung memiliki mindset untuk meng-upload foto/video yang instagramable di akun mereka. Hal ini menyebabkan mereka akan lebih fokus terhadap hasil foto/video mereka daripada apa efek yang akan ditimbulkan dari kegiatan mereka tersebut. Misalnya, pengguna Instagram akan berlomba-lomba mencari tempat yang indah sebagai spot foto/video mereka. Seperti pada taman bunga, mereka akan mencoba mengambil foto/video sekeren dan seunik mungkin tanpa memperdulikan kerusakan bunga akibat mereka menginjak, menduduki bahkan sampai meniduri bunga-bunga tersebut hanya demi konten mereka.

Maka dari itu peneliti menyarankan kepada mahasiswa-mahasiswa pengguna media sosial Instagram untuk lebih bijak lagi dalam mengelola akun pribadinya. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan maka ada baiknya jika pengguna memanfaatkan metode "private" akun. Pengguna juga harus lebih memilih dan memilah bahasa komentar seperti apa yang akan dikirimkan kepada pengguna Instagram lain agar tidak terjadi kesalahpahaman, serta tidak menjadikan media sosial sebagai ajang pamer konten-konten yang bersifat negatif. Pengguna Instagram juga tidak boleh menjadi tertutup dan jarang berinteraksi dengan orang di kehidupan sehari-hari, dalam meng-upload konten di Instagram juga harus memperhatikan konten seperti apa yang layak untuk dibagikan.

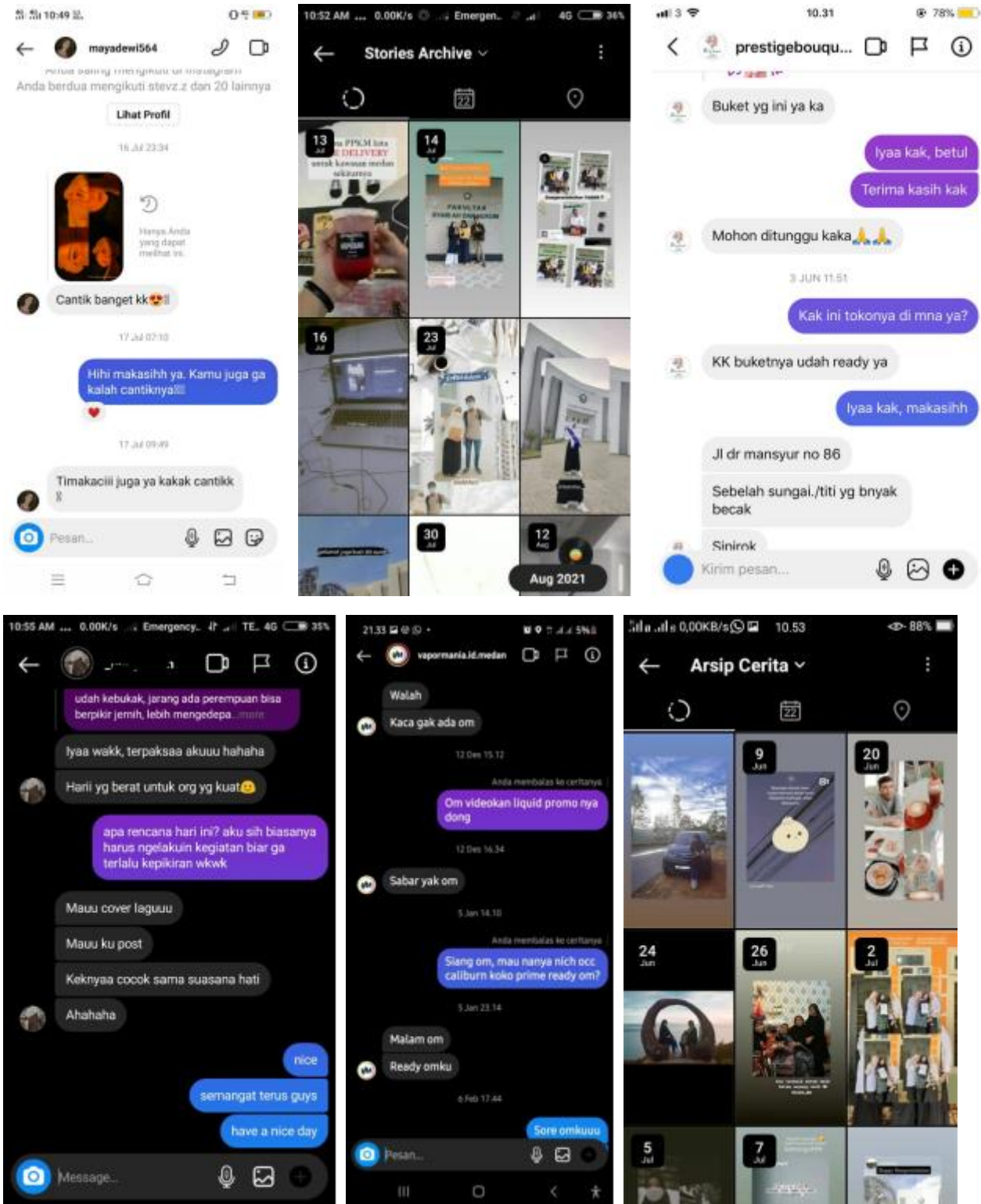
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode naratif, yaitu metode yang mana seseorang akan membahas bagaimana orang lain serta turut menanyakan orang tersebut sehingga mau menjelaskan tentang apa yang terjadi dan dialaminya (Clandinin & Connelly, 2000) dalam (Creswell and Creswell, 2018). Informan penelitian terdiri dari mahasiswa Stambuk 2017 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebanyak 20 orang. Pemilihan informan penelitian menggunakan teknik purposive sampling yaitu mengumpulkan informan dengan melihat kriteria yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian (Mamik, 2015, p. 53). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi terhadap Instagram dan mewawancarai informan secara mendalam, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa hasil laporan orang lain, dokumen atau naskah, buku baik cetak maupun digital (e-book). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi akun Instagram mahasiswa, wawancara mendalam terhadap mahasiswa pemilik akun Instagram, dan mendokumentasikan aktivitas mahasiswa di Instagram. Teknik analisa data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, and Saldana, 2014, p. 117). Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yakni pemeriksaan keabsahan suatu data dengan menggunakan data lain sebagai pembanding data atau untuk mengecek kembali data yang ada (Mamik, 2015, p. 117).

PEMBAHASAN

Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi

Berikut ini hasil observasi peneliti terhadap beberapa akun instagram informan yang dapat dilihat dari gambar-gambar dibawah ini.



Hasil observasi terhadap kegiatan mahasiswa di Instagram tampak jika mahasiswa cukup memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram. Mereka mengabadikan kenangan indah dan menarik mereka dalam bentuk foto maupun video yang di upload ke feed maupun story Instagram. Mereka juga memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, saling memberi komentar, dan juga saling bercerita satu sama lain baik di kolom komentar maupun melalui direct message (DM).

Jika dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa Stambuk 2017 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, maka dapat diketahui jika mayoritas dari informan telah menggunakan media sosial Instagram lebih dari 5 tahun. Mereka juga memiliki intensitas membuka Instagram mulai dari lima kali sehari hingga sampai selalu setiap mereka membuka ponsel mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mereka sudah sangat nyaman dengan media sosial Instagram hingga mampu membuat mereka bertahan menggunakannya hingga lebih dari 5 tahun. Mereka sering menggunakan Instagram sebagai media komunikasi. Meskipun komunikasi yang dilakukan tidak terlalu intens, namun hal itu sudah cukup menggambarkan bahwa Instagram mampu dijadikan sarana komunikasi pada mahasiswa. Hal lain ditunjukkan dengan seringnya mereka saling mengomentari satu sama lain perihal postingan mereka baik yang di story, Reels, maupun feed pengguna. Dengan saling mengomentari ataupun memberikan reaksi terhadap suatu postingan sudah menunjukkan adanya suatu komunikasi diantara para pengguna Instagram. Selain story dan Reels mereka yang ingin berbagi pesan pribadi biasa menggunakan fitur Direct Message (DM). Mereka juga menjelaskan bahwa dengan adanya Instagram mereka menjadi lebih mudah memperoleh informasi dari berbagai belahan dunia. Mereka juga dapat menjalin pertemanan dengan orang-orang baru yang bahkan dengan jarak antar benua sekalipun. Mereka juga menjelaskan jika dengan adanya Instagram mereka menjadi dapat berkomunikasi dengan orang yang sudah lama tidak berhubungan dengan mereka. Bagi mereka yang memiliki usaha, Instagram menjadikannya sebagai media promosi yang handal dan menarik.

Dari berbagai pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh para informan serta merujuk pada manfaat yang dirasakan oleh para penggunanya diatas. Maka hal tersebut sesuai dengan fungsi-fungsi dari media komunikasi menurut (Barata, 2003, p. 109) yaitu, mempermudah melakukan kirim pesan, berita ataupun kabar, mampu meningkatkan semangat penerima pesan, kegiatan dalam berkirim pesan menjadi lebih efektif, menghemat banyak waktu, dapat digunakan untuk menjalin hubungan meski dengan jarak yang jauh, lebih menarik, dan pesan yang dikirim menjadi lebih mudah dipahami oleh si penerima pesan. Maka dari itu dapat dirumuskan hasilnya bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi bagi mahasiswa cukup efektif. Instagram telah berhasil menjadi salah satu media sosial yang banyak di minati oleh orang-orang di seluruh dunia mulai dari anak-anak sampai orang tua.

Efektifnya penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana media komunikasi dapat dikaitkan dengan teori Uses and Gratifications, yaitu suatu teori yang didirikan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumle, dan Michael Gurevitch. Teori ini memiliki pendekatan yang mana berdasarkan asas kemanfaatan dan kepuasan seseorang membutuhkan informasi dari media. Dilihat dari pendekatan ini yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi dan pesan yang bermanfaat bagi penerimanya serta disaat yang bersamaan mampu memberikan kepuasan tersendiri atas kebutuhan penerimanya adalah komunikasi massa. Sehingga dengan maksud dan tujuan yang berbeda-beda berbagai orang bisa saja memanfaatkan media komunikasi yang sama (Mukarom, 2020, p. 131). Hal ini berarti, media sosial Instagram mampu memberikan informasi dan pesan yang bermanfaat kepada para penggunanya yang mana secara bersamaan turut menciptakan kepuasan pada penggunanya. Meskipun setiap para penggunanya memiliki maksud dan tujuan yang berbeda-beda.

Hasil penelitian (Turwulandari, 2018) dalam judul “Pemanfaatan media sosial (twitter) sebagai sarana informasi bagi mahasiswa di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya” menyimpulkan jika media sosial dirasa mampu dalam menyampaikan informasi kepada khalayak meskipun media sosial terhalang dengan jumlah huruf. Penelitian (Watie, 2011) yang berjudul “Komunikasi dan media sosial” juga menyimpulkan jika media sosial mampu menjadikan para penggunanya mengetahui informasi terbaru dari pengguna lain. Penelitian yang dilakukan (Putri, 2013) yang berjudul “Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop” menyatakan jika Instagram sangat berperan sangat baik sebagai media pemasaran. Penelitian (Mujahidah, 2013) juga menjelaskan jika media sosial (facebook) menjadi media komunikasi bagi seseorang maupun kelompok dengan satu budaya atau berbeda budaya.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram Sebagai Media Komunikasi

Setiap media sosial pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Hal itulah yang juga disebutkan oleh para informan mengenai kelebihan dan kekurangan dari Instagram. Banyak mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU mengakui banyak kelebihan yang dimiliki oleh media sosial Instagram seperti aplikasi yang gratis, aplikasinya menarik dan mudah penggunaannya, memiliki banyak fitur-fitur menarik yang menjadikan para pengguna sangat menyukai mengotak atik Instagram milik mereka sendiri. Dari kebanyakan jawaban yang diberikan oleh informan, mereka mengakui jika mereka sangat menyukai dengan filter yang dimiliki Instagram sehingga dapat menciptakan foto maupun video yang menarik, tempat atau wadah untuk mengembangkan kreatifitas, memiliki fitur Story yang bisa dijadikan tempat berbagi segala kegiatan sehari-hari.

Menurut (Jubilee, 2012) adapun kelebihan yang dimiliki Instagram, yaitu pendistribusian aplikasinya tidak berbayar alias gratis, tampilan photo yang di upload akan menjadi semakin menarik dan estetis serta tidak membosankan dengan menggunakan fitur edit photo yang disediakan oleh pihak Instagram, dan menjadikan seseorang menjadi sangat kreatif dalam menghasilkan photo atau video yang tidak biasa bahkan cenderung unik atau sering disebut instagramable. Hal ini dapat menjadikannya si pengguna menjadi populer sehingga memiliki followers yang tidak sedikit. Komunitas yang memiliki minat yang sama juga dapat lebih mudah dalam menjalin koneksi pertemanan. Berikut ini hasil observasi peneliti terhadap beberapa akun Instagram informan yang dapat dilihat dari gambar-gambar dibawah ini.

Selain memiliki banyak kelebihan, media sosial tidak luput juga dari kekurangan. Begitu pun dengan media sosial Instagram yang menurut para penggunanya memiliki kekurangan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan sebelumnya dapat diketahui jika kekurangan yang dirasakan oleh kebanyakan mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU adalah penggunaan kuota internet yang cukup besar, mudahnya penyebaran informasi bohong atau hoaks, tidak jarang ada orang-orang yang mengalami perilaku bullying di Instagram yang dapat membuat si korban merasa malu, tertekan, dan bahkan sampai depresi hingga ingin bunuh diri, sistemnya kerap kali eror saat digunakan, pengiriman pesan yang terkadang dirasa lambat bahkan sampai pending. Meski begitu tidak sedikit pula mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU yang tidak merasakan kekurangan apapun dari penggunaan media sosial Instagram.

Menurut (Nainggolan, Rondonuwu, and Waleleng, 2018) terdapat dua kelemahan yang dimiliki oleh Instagram, kelemahan yang pertama adalah Spamming (menyampah) yaitu orang akan dengan mudahnya memberikan komentar negatif bahkan cenderung kasar terhadap apa yang di upload pemilik akun Instagram lain melalui fitur kolom komentar yang tersedia di Instagram dan kelemahan yang kedua adalah terbukanya untuk semua jenis konten yang mengakibatkan tidak adanya batasan bagi siapa yang akan menggunakannya, Instagram menjadi tidak luput dari konten-konten yang memiliki dampak negatif terhadap penggunanya yang biasa disebarkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Dampak Instagram Sebagai Media Komunikasi

Dampak merupakan suatu efek yang dirasakan oleh seseorang karena adanya sesuatu. Penggunaan media sosial juga memberikan banyak dampak bagi para penggunanya baik itu dampak yang ke arah positif maupun dampak yang ke arah negatif. Setelah melihat hasil penelitian yang telah peneliti paparkan sebelumnya, mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU menyatakan dampak yang mereka rasakan selama menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi terbagi menjadi dua, yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Kebanyakan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU merasa jika media sosial Instagram memberikan mereka banyak wawasan dan informasi mulai dari edukasi, dakwah, berita dan bahkan gosip-gosip terbaru dari berbagai dunia, Instagram menjadikan mereka lebih kreatif dalam mengedit foto atau video, Instagram membuat mereka dapat melihat dunia luar melalui foto dan video yang diunggah para pengguna di Instagram, Instagram mempertemukan mereka dengan teman lama maupun dengan orang-orang baru yang ada di

seluruh dunia, bagi pemilik usaha Instagram memberikan mereka banyak keuntungan dengan mendatangkan banyak konsumen karena melihat produk yang mereka tawarkan di Instagram.

Sedangkan dampak negatif penggunaan media sosial Instagram yang kebanyakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU rasakan adalah adanya rasa kecanduan menggunakan media sosial Instagram sehingga terkadang kelupaan dengan tugas-tugas lain, bahkan ada mahasiswa yang setiap membuka ponsel pasti membuka Instagram meski hanya sekedar men-scroll feed atau explore pada Instagram. Mereka juga merasa jika Instagram memberikan dampak pada penggunaan kuota internet mereka, yang mana mereka menjadi boros dalam menggunakan kuota internet karena keseringan membuka media sosial Instagram. Dari berbagai dampak yang dialami mahasiswa, dampak negatiflah yang memang paling mengawatirkan. Maka dari itu mahasiswa harus bisa lebih bijak lagi dalam mengontrol diri ketika sedang berselancar dengan media sosial Instagram. Hal ini dirasa perlu agar dampak negatif yang mungkin dirasakan oleh para mahasiswa dapat diminimalisirkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan sebelumnya maka peneliti dapat menarik kesimpulan berupa, penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi di kalangan mahasiswa cukup efektif. Kelebihan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah aplikasinya gratis, menarik dan mudah digunakan, memiliki banyak fitur-fitur menarik, memiliki filter yang banyak dan menarik, sebagai wadah untuk mengembangkan kreatifitas, memiliki fitur story sebagai tempat berbagi segala kegiatan sehari-hari. Sedangkan kekurangan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah boros kuota internet, mudahnya penyebaran berita bohong (hoaks), mudah terjadi kegiatan bullying, sistem terkadang eror, dan pengiriman pesan yang kadang lambat hingga pending. Dampak positif penggunaan Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah memperoleh banyak wawasan dan informasi dari segala bidang di dunia, menjadikan penggunaannya kreatif, dapat melihat dunia luar melalui foto dan video, mempertemukan mereka dengan teman lama maupun orang baru di seluruh dunia, dan memberikan banyak keuntungan untuk pelaku usaha. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah membuat kecanduan pada Instagram dan boros dalam menggunakan kuota internet.

REFERENSI

- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Creswell, J. W., and Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE.
- Jannah, Z. N. (2020). *Mendidik Anak Muslim Generasi Digital*. Yogyakarta: Pustaka Al Uswah.
- Jubilee, E. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatma Jawara.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., and Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebooks*. London: SAGE.
- Mujahidah. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan*, 15(1).
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., and Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7(4).
- Putri, E. A. (2013). *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Yayasan Kesejahteraan Pendidikan dan Perumahan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Turwulandari. (2018). Pemanfaatan Media Sosial (Twitter) Sebagai Sarana Informasi Bagi Mahasiswa di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 8(2).