

ANALYSIS OF USING INSTAGRAM AS A MEANS OF HIGHWAY INFORMATION ON Idul Fitri 2022

Muhammad Kevin Arnanda Imron¹, K.Y.S Putri²

^{1,2} Universitas Negeri Jakarta

¹ e-mail : MUHAMMADKEVINARNANDAIMRON_1410620063@mhs.unj.ac.id

² e-mail: kinkinsubarsa@unj.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 31 – Maret - 2022

Received in revised form : 6 – April - 2022

Accepted : 9 – Juli - 2022

Available online : 1 – September - 2022

ABSTRACT

Instagram is a new media that is advancing very rapidly, in Instagram, there are many users or perpetrators of citizen journalism, to find out whether @jktinfo has used Instagram's features as well as possible and to find out if @jktinfo is included in the new respected media. The method used in this research is descriptive qualitative which is done through observation and documentation from @jktinfo. The @jktinfo account has fulfilled the features and is also interactive several times to create a two-way communication where @jktinfo provides information related to citizen journalism, according to McQuaill's theory it can be said that @jktinfo is an account that is good in management and leads to something higher.

Keywords: Citizen Journalism, New media, Instagram

Abstrak

Instagram merupakan media baru yang maju sangat pesat, dalam Instagram banyak pengguna atau pelaku Journalisme warga, untuk mengetahui apakah @jktinfo sudah menggunakan fitur dari Instagram dengan sebaik-baiknya dan mencari apakah @jktinfo termasuk kedalam media baru yang terpendang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang dilakukan lewat observasi dan dokumentasi dari @jktinfo. Akun @jktinfo sudah memnuhi fitur dan juga beberapa kali interaktif sehingga menciptakan komunikasi dua arah yang dimana @jktinfo memberi informasi yang berhubungan dengan jurnalisme warga, sesuai dengan teori McQuaill bisa disebutkan bahwa @jktinfo adalah akun yang baik dalam pengelolaan dan mengarah kesuatu yang lebih tinggi.

Kata Kunci: Jurnalisme Warga, Media baru, Instagram

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi selama beberapa tahun sebelumnya sangatlah pesat, karena hal itu lah stigma terhadap pencarian informasi berubah, yang dahulu mencari informasi melewati surat kabar atau koran, dengan adanya sumber informasi yang valid khalayak menjadi lebih percaya kepada informasi yang tercantum dalam media lama tersebut dan juga *publisher* dari media itu juga sudah lama dipercaya oleh masyarakat. Pada awal dari banyaknya informasi dari teknologi yang maju seperti media baru, sangat banyak informasi palsu yang tidak valid atau disebut *Hoax*, kareneran hal itu banyak dari masyarakat pengguna media baru enggan percaya dengan informasi yang disajikan dalam media baru. Semakin berkembangnya media

Received : 31 – Maret - 2022, Received in revised form : 6 – April - 2022, Accepted : 9 – Juli - 2022, Available online : 1 – September - 2022

baru semakin banyak juga *hoax* yang bersebaran kemasyarakat, seperti contoh fenomena “*forward-an* ibu ibu yang tidak tahu apa apa dalam group Whatsapp”, atau yang lebih luas pengguna-pengguna akun yang bertema informatika tidak teliti dalam memeriksa informasi yang diajukan untuk situs media barunya. Walaupun banyak informasi yang palsu itu beredar masyarakat itu sendiri pun seharusnya diberi edukasi untuk mencegah atau menghindari informasi palsu yang beredar dalam media. Karena internet dan teknologi berkembang cepat walaupun masih banyak kekurangannya, internet itu lebih praktis dan lebih hemat daripada media yang berunsur dahulu. Secara otomatis khalayak itu semakin lama pindah kepada media baru. Media sosial adalah salah satu contoh media baru yang berkembang sangat pesat Twitter, Snapchat, Facebook, dan Instagram adalah salah satu media sosial yang berkembang sangat cepat. (Agus Purnomo, Naskah Publikasi, n.d.)

Penelitian dan survey menunjukkan kalau banyak pengguna dari media social di Indonesia itu menembus 191,4 juta pada Januari 2022. Jumlah dari pengguna media sosial tersebut meingkat sebesar 12,8 persent dari riset sebelumnya yaitu pada tahun 2021. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk resmi Indonesia sekitar 68,9 persent penduduk Indonesia yang memakai media sosial. Dalam riset ini peringkat media sosial yang digunakan oleh khalayak Indonesia dijabarkan dari paling banyak digunakan, lebih tepatnya ada delapan peringkat yaitu;

1. Youtube
139 juta pengguna
 2. Facebook
129,9 juta pengguna
 3. Instagram
99,15 juta pengguna
 4. TikTok
92,07 juta pengguna
 5. Facebookmessenger
28,4 juta pengguna
 6. Twitter
18,45 juta pengguna
 7. LinkedIn
20 juta pengguna (tidak semua aktif)
 8. Snapchat
3,3jutapengguna
- (Liberty Jemadu & Dicky Prasatya, 2022)

Dalam list peringkat yang sudah ada Instagram adalah salah satu media sosial terbanyak penggunanya bahkan bisa masuk ke dalam top tiga tertinggi dari penelitian tersebut. Karena itu akan timbul atau bahkan sudah timbul pertanyaan seperti ini “Bagaimana bisa Media sosial Instagram itu menjadi salah satu media sosial yang sangat laku di masyarakat?”. Karena insta gram mempunyai fitur yang lengkap dan juga mudah dipakai, seperti kata dari Pietman dan Riech, Gampangnya penggunaan aplikasi Instagram menciptakan kelakuan masyarakat yang menggunakan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. (Sari & Basit, 2020)

Lalu apa itu Instagram?, bagaimana Media sosial ini berdiri?. Nama Instagram itu mempunyai usul yang unik dan praktis dengan kata “instan” yang bermaksud untuk memberikan hasil foto yang sudah difoto oleh pengguna untuk dibagikan kepada penggemar atau teman – teman pengguna lainnya dengan instan, dan kata “gram” itu berasal dari Telegram. Karena telegram salah satu media mengirim pesan yang paling instan pada masa itu, dan hal ini adalah ide awal dari pendiri karena instagram sangat mirip dengan telegram yang membedakan hanyalah Instagram mengarah kepada foto. Instagram pada masa didirkannya oleh Perusahaan yang bernama Burb INC, dan Instagram pada awalnya diciptakan oleh programmer dan sekaligus CEOnya pada masa itu bernama Mike Krieger dan Kevin Systrom. Mereka adalah sosok yang membuat Media sosial Instagram yang berdiri pada tahun 2010 pada bulan januari, dan hasilnya tidak mengecewakan karena hanya masa percobaan yang selama 10 bulan Instagram sudah mendapatkan 7 juta pengguna aktif. (9. BAB IV, n.d.) Pada tahun 2012, Burb INC mengabarkan bahwa pengguna Instagram melonjak dari 10 juta pada tahun 2011 menjadi 30 juta pengguna pada april 2012. Pada bulan April yang sama facebook memutuskan untuk membeli Instagram, dan hal ini tercatat sebagai salah satu akuisisi terbesar diposisi ketiga hingga sekarang ini.

Instagram pada tahun 2013 setelah akuisisi mempunyai 80 jt pengguna setiap bulannya dan pada akhir tahunnya sudah berlipat ganda menjadi 150 juta pengguna. Saat setelah di akuisisi Instagram menunjukkan perkembangan yang pesat, dan karena banyak pengguna banyak juga fitur yang mempuni pengguna Instagram seperti penambahan fitur *marking photos* dan *your photos* pada beranda pengguna sehingga bisa melihat koleksi foto yang sudah di *mark* oleh akun tersebut. Dan selain itu Instagram memberi fitur *tagging* foto sehingga jika ada yang ke rana jual-beli bisa jg di Instagram. Pada akhir tahun 2013 Instagram membuat fitur yang membuat Instagram lebih interaktif karena adanya fitur *direct messege* dengan ini *followers* dari akun bisa mengirim foto atau video secara pribadi, selain itu fitur obrolan langsung jg bisa mengirim foto pengguna lain kepada teman yang ada di DM dan bsia memberi keterangan dibawah post yang dikirim. Lalu Instagram memberi fitur yang mendapati ide dari Snapchat yaitu mengunggah foto atau video yang akan menghilang setelah 24 jam dan Instagram stories ini bisa diliat di menu utama pengguna yang sudah mengikuti pengguna yang mengunggah. (Indriani, n.d. 2017)

Dan yang paling baru dari fitur Instagram adalah Instagram Reels, Reels ini bisa dibilang mirip dengan sistem media sosial TikTok dimana outputnya berupa video yang bisa di kasih sound oleh pengguna sehingga bisa lebih kreatif dan unik. Dengan adanya fitur dan keramaian dari Instagram, banyak Media informasi yang berpindah kepada media sosial khususnya Instagram. Perubahan Jurnalisme dalam era digital membuat perkembangan dalam pandangan peliputan dan reportase dalam jurnalistik, yang bisa digerakan oleh masyarakat biasa yang tidak harus dari jurnalis yang sudah berpengalaman. Pada masa digital ini banyak perusahaan atau apapun yang berhubungan berita di repost dalam bentuk *reels*, *post*, *snapgram*. Biasanya hal-hal yang diunggah adalah kejadian-kejadian, fenomena atau suatu peristiwa yang besar. Karena hal ini timbullah *Citizen journalism*. (Shanaz & Irwansyah, 2021)

Jurnalisme warga atau *Citizen journalism* merupakan praktik produksi menyebarkan informasi yang didapatkan oleh warga biasa yang disampaikan dengan cara yang unik. Jurnalisme warga adalah model jurnalisme yang bisa dilakukan semua seperti masyarakat biasa, atau bukan jurnalis yang sudah pro. Dan jurnalisme warga itu terkadang disebut hal yang timpang karna hanya warga tertentu yang bisa meliputnya. Bahkan jurnalisme warga masih sering dilihat di TV dan terkadang dalam Instagram masih sangat banyak. (Subarkah et al., n.d. 2019)

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian terdahulu

Dalam jurnal ini, penulis akan menggunakan dua penelitian terdahulu. Masing masing penelitian ini memiliki relasi dengan jurnal yang akan penulis buat baik dalam mempunyai kesamaan di subjek, objek, atau teori.

Jurnal pertama berjudul Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI), dan di tulis oleh Edy Juliyanto, Farid Rusdi, yang disusun pada tahun 2018, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan landasan teori New Media oleh Mcquail. Hasil penelitian bahwa Infografis meningkatkan ketertarikan public dan hal yang efektif untuk dilakukan sesuai dengan landasan teori yaitu New media dari mcquail (Juliyanto & Rusdi, n.d. 2018)

Jurnal kedua yang berjudul Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi, yang ditulis oleh Zike Martha yang disusun pada tahun 2021. Dengan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendetail. Hasilnya Kebanyakan dari narasumber menggunakan instagram untuk membrand identias diri.

Persamaan dengan jurnal yang penulis tulis adalah dari jurnal pertama adalah landasan teori dan metodologinya sama yaitu keduanya mempunyai metode kualitatif deskriptif. Tetapi bedanya dengan jurnal yang kedua penulis tidak menggunakan wawancara melainkan melakukan observasi melewati Instagram @Jktinfo_id. Penulis juga menggunakan Landasasan Teori New media oleh mcquail

3. METODOLOGI PENELITIAN

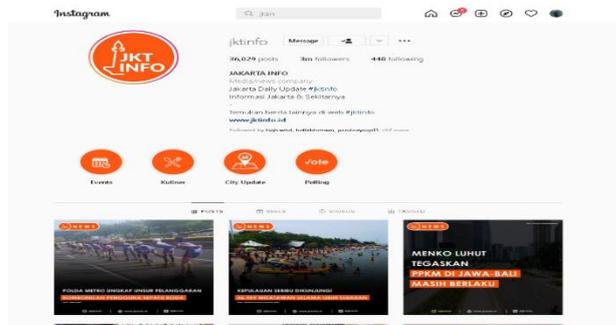
Tahapan yang dilalui dalam penelitian, pembangunan konsep, atau penyelesaian kasus, dituliskan pada bagian metodologi.

Metode kualitatif yang disebutkan oleh Sugiyono pada tahun 2017 metode yang dipakai untuk mendapatkan data yang lengkap dan berisi makna. Selain hal tersebut metode yang akan dilakukan oleh penulis adalah mengobservasi secara deskriptif dengan se objective mungkin. Selain itu penulis akan memperhatikan apakah @jktinfo memanfaatkan fitur dari Instagram dan apakah ada komunikasinya di antaranya.

Penulis akan langsung mengumpulkan data dari akun Instagram @Jktinfo dan mengobservasi informasi seputar mudik saat masa lebaran tahun 2022. Metode lebih lengkapnya adalah penulis akan mengobservasi seputar fitur untuk mengeluarkan informasi yang akan diunggah oleh admin @jktinfo dan yang bertujuan menginformasikan informasi seputar mudik. New media adalah sebuah revolusi dalam dunia ilmu komunikasi dan mengubah “balance in power” dan media kepada masyarakat, masyarakat juga mempunyai pilihan untuk memutuskan apa yang akan dipilih menggunakan media yang sudah ada secara aktif. Jika komunikasi massa lama itu terjadi secara satu arah komunikasi massa baru itu berlangsung dengan dua arah. New media mempunyai dua aspek yaitu Digitalisasi dan konvergensi. Digitalisasi adalah tahap dimana semua teks bisa dikurangi menjadi kode biner dan bisa merasakan produksi, distribusi, dan penyimpanan yang sama. Sedangkan konvergensi adalah gabungan tulisan, suara ataupun gambar dari semua media tradisional dengan memakai sarana digital jika dibandingkan dengan media tradisional yang sarana analog (McQuaill, 2011) (Juliyanto & Rusdi, n.d.-b)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun Instagram @jktinfo adalah sebuah media informasi dua arah yang dibuat pada tahun 2018, dalam akun @jktinfo pengikut akun tersebut bisa upload Instagram stories dengan *tagging* akun @jktinfo untuk diupload tetapi kategori yang bisa di upload adalah informasi jalan atau peristiwa yang terjadi. Ini adalah tampilan menu awal @jktinfo.



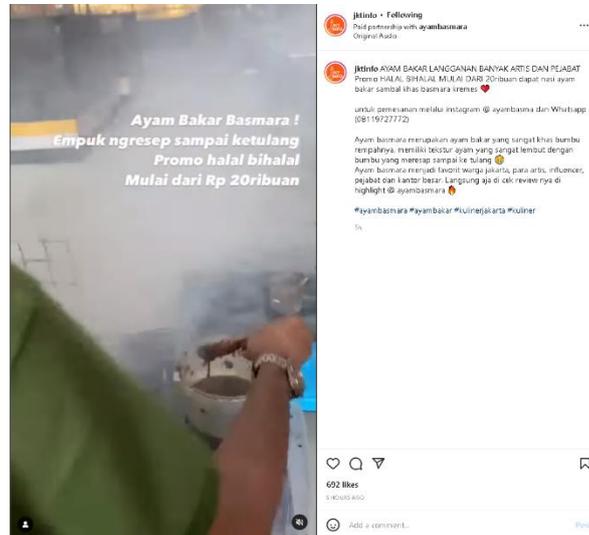
Gambar 1, Halaman utama jktinfo

@jktinfo salah satu media informasi yang sangat terlihat perkembangannya jktinfo mempunyai 3 juta pengikut dalam akunnya. Jktinfo juga mempunyai tema warna seperti warna khas Jakarta yaitu oranye dengan format terlihat rapih dan simple tidak membuat mata bingung. Tidak hanya info seputar kondisi jalanan jktinfo juga mempunyai banyak informasi seperti *event*, kuliner, keadaan kota, dan terakhir ada tempat untuk menghibur para pengikut yaitu polling.



Gambar 2, post Informasi dari jktinfo

Format berita yang bertema informasi penting untuk masyarakat Jakarta untuk tidak membuang waktu datang ketempat rupanya masih tidak melayani. Dalam informasi ini jktinfo menggunakan fitur *post* Instagram dengan baik dan sudah cukup lengkap, untuk komentar juga rata-rata memberi respon positif seperti mengucapkan terima kasih dan masih banyak yang berinteraksi dalam komentarnya.



Gambar 3, reels format informasi kuliner.

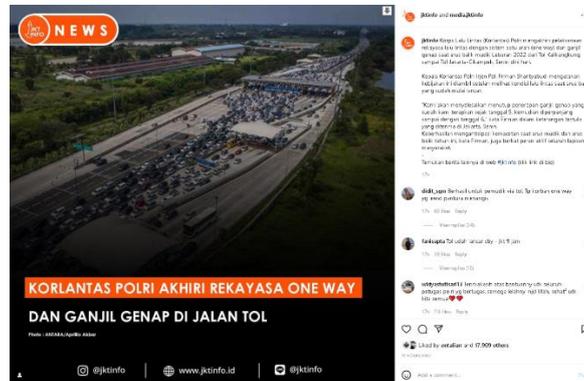
Format kuliner dalam jktinfo memang tidak banyak *exposure* terhadap pengguna Instagram, bisa dilihat hanya 692 likes dalam waktu 5 jam dan tidak seperti informasi sebelumnya.



Gambar 4, Instagram stories yang digunakan oleh jktinfo

Stories Instagram telah digunakan oleh jktinfo untuk menginfokan berita seputar entertainment. Tidak hanya entertainment tetapi terkadang jktinfo suka merepost tag dari followers untuk memberitakan tentang info lainnya seperti keadaan jalan, atau peristiwa lainnya.

Informasi mudik



Gambar 5, Informasi mudik oleh jktinfo

Dalam post tersebut jktinfo memberi informasi kalau jalan tol one way itu sudah di akhiri. Dan mengikut sertakan sumber dan insight mengapa sudah akhiri.



Gambar 6, post kemacetan oleh jktinfo

Informasi tentang kemacetan, karap dibutuhkan oleh netizen dari interaksi komentar. Lalu ada yang menambahkan informasi soal kemacetan juga.



Gambar 7, post jadwal penerbangan yang padat

Bukan hanya informasi kondisi jalanan, jktinfo juga memberikan informasi yang ke ranah transportasi udara. Secara tidak langsung membuat pengikutnya untuk bersiap.



Gambar 8, Pantauan dari pengikut

Menurut analisis yang bisa diambil dari gambar-gambar yang sudah ditunjukkan sebelumnya. Jktinfo sudah memberikan terbaik dari segi fitur Instagram, tetapi walaupun ada miss komunikasi sedikit tapi segera diperbaiki. Jktinfo sudah memanfaatkan komunikasi dua arah juga seperti membalas komentar pengikut dari akunnya. Tidak hanya itu admin dari jktinfo juga aktif untuk merepost kondisi atau berita terkini seputar mudik, film terbaru dll. Caption yang sudah ditaruh oleh jktinfo meliputi informasi yang disajikan dengan detail dan menjelaskan konteks yang sudah ada dalam gambar yang sudah dipost. Alasan yang sudah diterakan juga didukung oleh kutipan dari wawancara kepada ahli yang terkait dalam post tersebut seperti prediksi penumpang pesawat yang diprediksi akan sangat penuh hingga menembus 150.000+ penumpang pesawat dan data ini disajikan langsung oleh pihak angkasa pura II.

Sesuai dengan landasan teori *new media* oleh McQuaill, dimana ada dua aspek yang dipentingkan untuk media baru yaitu digitalisasi dan konvergensi akan dijelaskan perpoint oleh penulis dari dua aspek ini yang bisa ditangkap dari jktinfo yang mana saja yaitu;

1. Digitalisasi
 - Teks pada gambar yang mempunyai format resmi dari jktinfo mempunyai teks yang singkat padat dan jelas, tetapi jika ingin lengkapnya lagi bis abaca dalam caption dibawah gambar yang sudah di unggah.
 - Dalam nama dari tempat saja sudah dipersingkat yang harusnya Jakarta's Information atau informasi Jakarta menjadi hanya jktinfo.
2. Konvergensi
 - Mengunggah Reels yang berisi tentang kuliner atau berita dengan menaruh teks yang bisa dibaca dan juga suara yang bisa didengar secara langsung untuk memeriksa apakah memang benar apa yang di teks itu.
 - Dalam semua gambar yang di unggah di jktinfo adalah konvergensi seperti **Gambar 6** tentang kemacetan arus balik sudah memasuki foto asli keadaan dan juga teks

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Instagram adalah media baru yang masuk kedalam media social yang berkembang sangat pesat pada era digital. Semakin waktu berlalu semakin banyak *improvement* dan juga kekurangan yang diciptakan dan ditemukan. Masyarakat pada era sekarang ini membutuhkan informasi yang instan yang bisa dibaca dan dicari dengan gampang dengan adanya media baru dan media social hal itu bisa di akses dengan cara membuka handphone pribadi dan mendownload Instagram. Dalam media sosial jurnalisme warga pasti akan lebih mudah untuk dilakukan karena dalam semua handphone pada jaman sekarang sudah

ada kamera dan fitur yang memadai untuk mendokumentasi lalu memberitakannya dalam sebuah akun media sosial seperti jktinfo, yang awalnya hanya akun Instagram yang membagikan jurnalisme warga hingga sekarang yang memberitakan informasi yang bisa dibilang lengkap seputar yang sedang terjadi di Jakarta dan bahkan sudah meranjak kesekitarnya. @jktinfo sudah memanfaatkan fitur yang disediakan oleh Instagram dengan baik, dalam @jktinfo masyarakat juga tidak akan bosan karena isu atau informasi yang diunggah itu adalah informasi yang menarik dan yang sedang urgent untuk dibicarakan, salah satunya adalah informasi keadaan jalanan, transportasi umum, atau rekomendasi kuliner. Ketika masyarakat mudik pasti kebanyakan ingin menghindari kemacetan atau menghindari tidak mendapatkan tiket atau tiket yang sangat mahal karna traffic pada transportasi tersebut besar. Dalam hal ini @jktinfo sudah memenuhi spesifikasi menjadi media baru yaitu digitalisasi, dan konvergensi dimana setelah di observasi, sudah memenuhi aspek aspek tersebut.

Untuk selanjutnya @jktinfo harus lebih cepat standby dalam kolom komentar karena kemungkinan besar ada masyarakat yang mempunyai update dari situasi yang sedang dibicarakan sehingga bisa diganti secepatnya untuk menghindari adanya *hoax*.

Ucapan Terima Kasih

Sebagai penulis ingin berterima kasih kepada dosen pengampu saya yaitu K.Y.S Putri sudah memberikan penulis ide kreatif yang bisa dijadikan sebagai jurnal. Lalu penulis ingin berterima kasih kepada sahabat dan keluarga penulis yang selalu ada untuk penulis.

6. DAFTAR PUSTAKA

1. Aryo Subarkah Eddyono, Faruk HT, Budi Irawanto. "Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional" VOL 3. 2019. <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i1.21762>
2. Gafar Abdoel. "Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran" Vol 8, 2008, <http://dx.doi.org/10.33087/jiubj.v8i2.245>
3. Indriani Eka. "Sejarah dan perkembangan Instagram", 2018. <https://docplayer.info/60505701-Sejarah-dan-perkembangan-instagram.html>
4. Prayoga Andhika, Primadani Berlian. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @vespasoy". eProceedings of Management Vol 8. 2021. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14993/1489>
5. Purnomo Agus "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PARIWISATA DI KABUPATEN KARANGANYAR (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Explorekabkaranganyar)" 2018, <http://eprints.ums.ac.id/58792/>
6. E Juliyanto, F Rusdi. Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (Di Kementerian Perdagangan RI), Vol 2, 2018), <http://dx.doi.org/10.24912/pr.v2i2.3591>
7. Sari Dian, Basit Abdul. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi", Vol 3, 2020. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fpersepsi.v3i1.4428>
8. Liberty Jemadu, Dicky Prasty "Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022"Internet: <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=2> Rabu, 23 Februari 2022. [Mei. 3, 2022]