

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
KOMUNIKASI ORGANISASI HMPS (KPI) UMMAT**

**Reni Darmayanti¹, Zainullah Iedwan², M. Zikrin Hakim³, Resi Khusnu Marini⁴, Suhadah⁵
Universitas Muhammadiyah Mataram**

E-mail: renidarmayantii24@gmail.com¹, zainullahiedwan25@gmail.com²,
mzikrilhakim03@gmail.com³, resihusnu@gmail.com⁴, suhadah@ummat.ac.id⁵

Abstrak

Artikel ini membahas peran media sosial Instagram dalam meningkatkan komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) UMMAT di Universitas Muhammadiyah Mataram. Melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Instagram digunakan dalam konteks komunikasi internal dan eksternal organisasi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasilnya menunjukkan bahwa Instagram membantu dalam mempromosikan identitas organisasi, memfasilitasi komunikasi internal, dan meningkatkan keterlibatan anggota. Tantangan seperti keterbatasan format dan persaingan konten diatasi dengan memanfaatkan fitur Instagram dan fokus pada konten berkualitas. Pengelolaan reputasi dilakukan melalui respons cepat terhadap komentar pengguna dan pembangunan hubungan positif dengan pengikut.

Kata Kunci — Media sosial, Komunikasi.

1. PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi; sebutan siswanya adalah mahasiswa; dan sebutan pengajarnya adalah dosen. Terdapat tiga peran perguruan tinggi di Indonesia, yaitu: melaksanakan pendidikan, melaksanakan penelitian, dan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Oleh karena itu, sebagaimana tertuang dalam HELTS 2003-2010, perguruan tinggi harus memberikan (i) lulusan yang memiliki kecerdasan, bertanggung jawab dan memiliki daya saing; (ii) hasil riset yang dapat bermanfaat sebagai inkubator dan berkontribusi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan system ekonomi yang berkelanjutan., serta mengintegrasikan teknologi maju untuk memaksimalkan perolehan dan penerapan teknologi terkini; (iii) berperan kepada pembangunan masyarakat yang demokratis, beradab, dan terbuka, serta memenuhi standar akuntabilitas publik.

Himpunan Mahasiswa Program Studi merupakan organisasi kemahasiswaan yang berada ditingkat Jurusan/program studi yang menjadi wadah bagi anggotanya untuk mengembangkan potensi diri, pola pikir, dan kepribadian yang berkaitan dengan disiplin ilmunya serta mewujudkan impian-impian dalam mencapai kesuksesan program studi khususnya mempertahankan dan meningkatkan akreditasi.

HMPS KPI UMMAT adalah organisasi mahasiswa yang didirikan di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMM) dengan fokus pada bidang studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sebagai salah satu himpunan mahasiswa di UMM, HMPS KPI UMMAT memiliki peran penting dalam menghubungkan, mewedahi, dan mengembangkan potensi mahasiswa yang tertarik dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam.

Sebagai bagian dari komunitas perguruan tinggi, HMPS KPI UMMAT memiliki beragam kegiatan dan program yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman mahasiswa dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Aktivitas ini bisa mencakup seminar, workshop, diskusi, kegiatan sosial, dan lain sebagainya.

Perkembangan dunia digital dalam beberapa tahun terakhir menghadirkan berbagai macam teknologi yang memberika kemudahan untuk mengakses berbagai macam informasi. Digitalisasi yang terjadi tentu saja tidak terlepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial didefinisikan oleh Boyd sebagai kumpulan perangkat lunak yang memberi peluang bagi individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Komunikasi tidak hanya dilakukan secara fisik, tetapi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial, salah satunya instagram, membicarakan media sosial instagram yang di mana penggunaanya kebanyakan anak remaja apalagi kalangan mahasiswa, rasanya tak akan lepas dari beberapa alasan mengapa para mahasiswa tertarik menggunakan media sosial tersebut, mulai dari untuk mendapatkan perhatian, meminta pendapat, mempromosikan sesuatu, menumbuhkan citra, berbisnis politik dan lain sebagainya.

Sebagian masyarakat Indonesia terutama di kalangan mahasiswa, media sosial merupakan identitas diri dan kebutuhan, sehingga mereka merasa tanpa media sosial sejam pun terasa ada sesuatu yang masih kurang. Bahkan hampir 24 jam mereka mampu untuk tidak lepas dari gadget dan smartphone mereka. Ada beberapa media sosial yang kerap kali digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah, Tiktok, Youtube, Instagram, Whatsap, Twitter, dan facebook. Masing-masing dari media sosial tersebut ciri khas tersendiri hingga bisa menarik minat pengguna media sosial. Tiktok merupakan platform di mana konten dan transaksi belanja bertemu, Youtube lebih dominan di akses oleh mereka yang menyukai tampilan kuat audio dan visual, instagram lebih menonjolkan sisi visualitasnya, whatsapp memiliki segmen pasar pecinta komunikasi langsung dan interaktif, twitter memanjakan penggunaanya dengan informasi tepat guna yang menampilkan informasi tranding atau viral, Dan facebook mungkin lebih meriah, dan di sukai oleh mereka yang suka hiburan dan transaksi jual beli.

Media sosial merupakan sarana komuikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya, Media sosial juga berkembang pesat dari berbagai macam klasifikasi dan tipe sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan pada masyarakat dengan latar belakang moderenitas saat ini. Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan. Aspek hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri, perhubungan dan lain lain.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti posting gambar, video, cerita, dan live streaming, HMPS KPI dapat secara efektif menyampaikan informasi tentang kegiatan, acara, dan proyek yang mereka adakan kepada anggota dan masyarakat umum. Selain itu, Instagram juga memungkinkan interaksi dua arah antara organisasi dan pengikutnya, memperkuat keterlibatan dan keterikatan antara HMPS KPI dengan anggota dan audiensnya.

Dengan memanfaatkan instagram kita akan membuka wawasan serta informasi mengenai berbagai macam hal secara lebih luas dan dengan memposting foto dan di kritik oleh orang lain bahwa keberadaan kita di akui oleh orang lain. Selai itu Hal inilah yang membuktikan bahwa media sosial Instagram berperan penting dalam meningkatkan komunikasi organisasi HMPS (KPI) universitas Muhammadiyah Mataram.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data

dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2014: 2). Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2014: 9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi).

Partisipan penelitian akan terdiri dari anggota HMPS (KPI) UMMAT yang aktif menggunakan media sosial Instagram untuk kegiatan organisasi dan komunikasi internal. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive sampling untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman yang relevan dengan topik penelitian.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota HMPS (KPI) UMMAT yang menggunakan media sosial Instagram, terhadap konten yang diposting dan interaksi di Instagram, serta analisis dokumen terkait kegiatan organisasi dan komunikasi yang menggunakan platform tersebut.

Metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media sosial Instagram berperan dalam meningkatkan komunikasi organisasi HMPS (KPI) UMMAT dan dampaknya terhadap interaksi dan keterlibatan anggota organisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Komunikasi internal pada himpunan mahasiswa penyiaran Islam (HMPS) UMMAT

Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi direktif, memimpin dan mengkoordinasikan yang terpadu dan terarah pada tujuan. Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal adalah komunikasi top-down (komunikasi ke bawah) dan Komunikasi ke atas adalah komunikasi antara pemimpin dengan bawahan dan antara bawahan dengan pemimpin secara timbal balik. Dalam komunikasi vertikal, manajer memberikan instruksi, informasi, penjelasan kepada bawahannya. penurut untuk memberikan usulan, pengaduan kepada pengelola

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang setara antara anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang lebih formal, komunikasi horizontal seringkali bersifat informal. Komunikasi internal pada Himpunan Mahasiswa kpi ummat terjadi secara vertikal dan horizontal. Bentuk komunikasi vertikal yang terjadi di organisasi ini yaitu terjadi dengan diadakannya rapat satu pekan sekali yang diadakan pada hari jum'at, pada rapat itu dibahas tentang segala program kerja yang akan dilakukan Selain untuk membahas program kerja dan hasil usaha, seluruh pengurus membahas acara atau kegiatan yang diadakan dalam waktu dekat seperti bakti sosial yang diadakan di masjid an-nur jempong.

Dengan adanya kegiatan yang diadakan oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi kpi ummat, maka sangat diperlukannya mereka mengadakan rapat untuk mempermudah koordinasi dan mengerjakan segala tugasnya. Selain itu, dengan berlangsungnya rapat untuk membahas seluruh tugas-tugasnya, seluruh pengurus bisa lebih matang mempersiapkan seluruh kegiatan yang akan dijalankan.

b. Peran media Sosial Instagram Dalam Membantu HMPS KPI UMMAT

Dengan media sosial Instagram itu sendiri, mampu untuk memunculkan eksistensi ataupun identitas ya sebenarnya dari hmeps komunikasi dan penyiaran Islam itu sendiri tepatnya di universitas Muhammadiyah Mataram belum lagi kita menyebarluaskan konten-konten di dalamnya yaitu melalui akun hmeps nah dengan adanya konten-konten itu mampu untuk dikenal oleh orang banyak bahkan hmeps di luar kampus Muhammadiyah Mataram bahkan di luar daripada kota Mataram itu sendiri dan banyak universitas-universitas lain yang mampu mengenal identitas dan saya merasakan betul ketika saya

melihat perkembangan dari konten-konten yang sudah dibuat oleh hmpps itu sendiri contoh kemarin baru saja kami buat ataupun bidang media membuat video buka bersama dan di upload di akun Instagram agar diketahui orang banyak.

c. Strategi Organisasi untuk memanfaatkan Instagram dalam meningkatkan keterlibatan anggota

Strategi program keberlanjutan yang sudah kami lakukan itu salah satunya apa namanya selalu bekerja sama saling melengkapi ketika ada kegiatan yang mau dibangun. contoh semisal pembuatan flyer ataupun pamflet nah itu harus bekerja sama dengan bidang media karena bidang media tidak mampu untuk apa namanya selalu intens untuk mengedit dan mengupload layer ataupun pamflet di IG maka peran aktif anggota yang lain juga harus intens juga dalam membantu dan saling mereka untuk apa namanya untuk kemajuan keanggotaan ya salah satunya mereka harus berkontribusi secara nyata dalam pelaksanaan kegiatan apapun yang dilakukan oleh hmpps sehingga apa namanya program yang sudah direncanakan ataupun diwacanakan itu bisa muncul dan bisa apa namanya terpenuhi tujuan dari organisasi itu sendiri.

Pemimpin itu mampu untuk memetakan konsep berjalannya suatu organisasi jadi hidup dan matinya suatu organisasi itu tergantung daripada ketua atau kepala yang memimpin itu sendiri nah yang pertama itu ketua itu harus pintar pintar manajemen pintar mengelola waktu pintar segala macam sehingga mampu untuk memberikan kebermanfaatn bagi mahasiswa yg lain.

d. Tantangan yang dihadapi dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi organisasi dan cara mengatasinya

Tentu, berikut adalah cara mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi organisasi:

- a) Keterbatasan dalam Format: Salah satu cara mengatasi keterbatasan format adalah dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti caption yang panjang, IGTV untuk konten video yang lebih panjang, dan fitur swipe-up untuk mengarahkan pengguna ke konten yang lebih mendalam di luar Instagram. Selain itu, organisasi dapat menggunakan cerita Instagram untuk memberikan informasi yang lebih cepat dan ringkas.
- b) Persaingan Konten: Untuk mengatasi persaingan konten, organisasi harus fokus pada pembuatan konten yang berkualitas, orisinal, dan menarik. Ini dapat dilakukan dengan memahami audiens target dan menghasilkan konten yang relevan dengan kebutuhan dan minat mereka. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau pengguna lain yang memiliki audiens yang relevan juga dapat membantu meningkatkan visibilitas konten organisasi.
- c) Kontrol Reputasi: Untuk mengelola reputasi, organisasi harus secara aktif memantau dan merespons komentar dan tanggapan pengguna. Tanggapan yang cepat dan profesional dapat membantu menyelesaikan masalah atau kekhawatiran pengguna dengan efektif. Selain itu, membangun hubungan positif dengan pengikut dan mendorong konten positif tentang organisasi juga dapat membantu menjaga reputasi secara keseluruhan.

1. KESIMPULAN

Media sosial Instagram memiliki peran penting dalam meningkatkan komunikasi organisasi HMPS KPI UMMAT. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram dan fokus pada konten berkualitas, organisasi dapat mempromosikan identitasnya, memfasilitasi komunikasi internal, dan meningkatkan keterlibatan anggota. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan format dan persaingan konten, pengelolaan reputasi yang efektif dapat membantu organisasi menjaga citra mereka secara online. Dengan demikian, Instagram menjadi alat yang efektif dalam memperkuat hubungan antara anggota organisasi dan memperluas jangkauan komunikasi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Husain Maujud, "Peranan Organisasi Himpunan Mahasiswa Program Studi (Hmps) Terhadap Nilai Akreditasi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Ftik Di Uin Datokarama Palu," Skripsi Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2022, 16.
- Muhlas Adi Putra and Muhamad Abdul Ghofur, "Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (Pmii) Di Kota Malang," *Jisip* 7, no. 2 (2018): 61, www.publikasi.unitri.ac.id.
- Randolf A Manampiring, "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado," *Jurnal Acta Diurna* IV, no. 4 (2015): 1–8.
- Retna Ngesti Sedyati, "Perguruan Tinggi Sebagai Agen Pendidikan Dan Agen Pertumbuhan Ekonomi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial* 16, no. 1 (2022): 155–60, <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.27957>.
- Sausan Husnadia Macan, "Analisis Manajemen Media Sosial Instagram @Pemprovlampung_ Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Provinsi Lampung Selama Covid-19," Universitas Lampung, 2023, hlm.19.