

Peran Konten Edukatif Di Instagram Dalam Memotivasi Tugas Akhir Mahasiswa

Anisa Nur Hanafiah¹, Yulianti Fajar Wulandari², Sultan Himawan³

^{1) s/d 3)} Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika
email: annisanurhanafiah@gmail.com¹, yulianti.yfw@bsi.ac.id², sultan.stw@bsi.ac.id³

Article History

Received: 5/7/2024

Revised: 13/7/2024

Accepted: 23/7/2024

Kata Kunci: *New Media, Instagram, Educational Content, Final Project*

Abstract: *Educational content that can utilize its features such as Reels, Stories, Broadcast, Highlight successfully motivates students in completing their final assignments. Educational content is in accordance with the theory of the characteristics of new media presence markers, namely, interactivity that can increase engagement between students and account owners, demassification that allows the dissemination of relevant content to a wide audience, and asynchrony that provides flexibility of access for students. Although there are challenges such as time constraints and lack of direct interaction, educational content can still make a positive contribution in supporting student motivation and learning, seen from the positive response or response from students to the account owner. the availability of educational content on Instagram is included in extrinsic motivation, namely the availability of interesting learning resources, while the need for learning, support, information is included in intrinsic motivation. Social media including Instagram can be utilized as an effective educational tool because it fits the characteristics of new media to motivate students in their final project.*

PENDAHULUAN

Di era perkembangan yang cepat ini, perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti; teknologi dan hubungan sosial, sangat terlihat. Namun, di balik kemajuan tersebut ada tantangan baru yang sering tidak disadari, salah satunya adalah meningkatnya angka bunuh diri. Banyak orang mengalami tekanan hidup yang semakin berat, mulai dari masalah ekonomi, konflik pribadi, hingga kesehatan mental. Banyak yang merasa terjebak dan tidak tahu bagaimana keluar dari situasi sulit tersebut. Hal ini menjadi pengingat bagi kita semua akan pentingnya perhatian lebih terhadap kesehatan mental dan dukungan sosial agar bisa menghadapi masalah hidup dengan lebih baik.

Di Indonesia kasus bunuh diri merupakan fenomena menyedihkan dan rumit yang dapat mempengaruhi individu, keluarga dan masyarakat luas. Isu ini sangat memprihatinkan karena angkanya yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Pusat Informasi Kriminal Nasional (PUSIKNAS) Kepolisian Republik Indonesia (Polri), mencatat 287 kasus bunuh diri pada periode 1 Januari hingga 15 Maret 2024. Jika dibandingkan dengan tahun

sebelumnya, pada periode Januari hingga 18 Oktober 2023 yang mencapai 971 kasus tergolong cukup tinggi.

Kasus bunuh diri juga terjadi di kalangan mahasiswa, salah satu faktor pemicunya adalah tekanan yang mereka rasakan terkait penyelesaian skripsi. Depresi yang disebabkan oleh permasalahan skripsi muncul ketika mahasiswa mengalami stres karena harus melakukan dalam waktu yang singkat dan beratnya tugas akademik. Mengutip pada halaman website detikcom, seorang mahasiswa salah satu perguruan tinggi di Malang nekat bunuh diri dengan menceburkan diri ke aliran sungai Brantas. Dari keterangan keluarga korban yang berinisial MAS yang merupakan warga Kapajen, Kabupaten Malang, korban bunuh diri karena depresi akibat skripsi yang tidak dapat diselesaikan. Namun banyak juga mahasiswa yang berhasil menghadapi dan menyelesaikan skripsi. salah satu contohnya seperti pada berita yang dilansir dari Liputan6.com, seorang mahasiswa program studi ilmu komunikasi STANHN Mpu Kuturan Bali, I Made Tawa berhasil menyelesaikan sidang skripsinya meski sudah lanjut usia. Hal tersebut tentunya tidak luput dari dukungan berbagai pihak serta pemanfaatan media sosial dan internet, serta semangat dan motivasi yang dimiliki.

Pemanfaatan media oleh I Made Tawa tentu termasuk kedalam cara masyarakat mengakses, mengosumsi, dan berbagi informasi yang telah berubah secara signifikan akibat adanya peralihan media konvensional ke media baru. Hal tersebut tentunya termasuk kedalam kemajuan teknologi yang membawa transisi besar dalam perkembangan media di Indonesia. Keberadaan internet dalam masyarakat modern erat kaitannya dengan istilah media baru (new media), internet tidak hanya sebagai alat utama dalam produksi media baru, namun juga berfungsi sebagai media utama di era media ini. Dalam bukunya *Mass Communication Theory*, Dennis Mc Quail mengemukakan bahwa "media baru berbeda dari teknologi komunikasi karena media ini memiliki kualitas yang terkini, dapat diakses secara umum, dan dibuat secara digital untuk pengguna individu sebagai alat komunikasi" (Nugroho, 2022).

Kemunculan new media membuka pintu bagi partisipasi yang lebih aktif bagi individu dalam proses komunikasi. sebagai salah satu bentuk new media yang paling dominan, media sosial memainkan peranan yang sangat penting dalam mengubah pandangan media di Indonesia. Salah satu platform media sosial yang populer dan berpengaruh saat ini adalah Instagram. Media sosial Instagram dapat dimanfaatkan untuk berbagi konten edukatif terkait topik tertentu seperti skripsi atau tugas akhir. Kehadiran influencer yang aktif membagikan konten edukatif di Instagram menunjukkan adanya ketertarikan dan minat dari audiens, termasuk mahasiswa. Banyak mahasiswa mencari informasi dan motivasi tambahan di media sosial, konten edukatif yang disajikan secara menarik dan relevan dapat membantu mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir. Influencer yang sukses membagikan konten edukatif di Instagram tentang skripsi juga dapat menjadi inspirasi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhirnya.

KAJIAN TEORI

A. Komunikasi Media Baru

New media atau media baru menurut Mahendra dalam (Annisa, 2022) merupakan "sarana perantara baru yang dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Bentuknya beragam mulai dari web, blog, layanan jejaring sosial dan forum internet".

Media baru memiliki sifat yang fleksibel, bahwa informasi dapat berubah baik bentuk maupun isinya. Terjadinya timbal balik dimungkinkan dalam media baru karena komunikasi dapat

membalas informasi yang diterimanya melalui pertukaran informasi (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021).

Hadirnya media baru, menurut Rogers dalam (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021) menyatakan terdapat tiga karakter utama sebagai penanda kehadiran media baru yang, meliputi; *interactivity*, *demassification* dan *asynchronous*.

1. *Interactivity* adalah karakter yang menunjukkan bahwa media baru memiliki fitur untuk merespon komunikasi dari sender sehingga setiap individu berperan aktif dalam proses pertukaran informasi.
2. *Demassification* merupakan karakter media baru yang bersifat massal yaitu kendali dalam sistem komunikasi bergeser dari produsen menjadi konsumen media.
3. *Asynchronous* memiliki arti bahwa media mampu mengirimkan dan menerima pesan dalam waktu sesuai yang diinginkan oleh pesertanya.

Interactivity menurut Indrawan dalam (Tuhana et al., 2022) merupakan “upaya untuk meningkatkan komunikasi interaktif melalui sistem teknologi komunikasi baru yang lebih baik, lebih cepat, efisien dan optimal”. Sedangkan, *demassification* didefinisikan sebagai pesan yang didistribusikan ke sejumlah besar peserta (pengguna) secara individual. Dan *asynchronous* merupakan teknologi baru yang mengacu pada kemampuan siapa saja, dimana saja, kapan saja, untuk mengirim dan menerima komunikasi (teks, foto, video, audio visual atau gabungan dari semuanya) (Tuhana et al., 2022).

B. Media Sosial

Media sosial, sebagai bagian dari perkembangan new media, telah menjadi sarana penting bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara cepat dan global. Berbagai platform tersedia saat ini memudahkan pengguna dalam memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Media sosial merupakan “sebuah platform yang tersedia di internet yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara cepat dan global. Saat ini, berbagai media sosial telah berkembang, memberikan kesempatan bagi pengguna untuk memilih platform yang sesuai dengan kebutuhannya, salah satunya memperoleh informasi” (Pratiwi, 2022).

Selain itu, media sosial tidak hanya soal komunikasi, namun juga berperan dalam memenuhi berbagai kebutuhan manusia. Seperti yang diungkapkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas dalam (Febrina et al., 2022) “penggunaan media berkaitan dengan kebutuhan manusia yakni adanya kebutuhan pemahaman intelektual, kebutuhan emosional, kebutuhan integrasi pribadi dan kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan pelarian atau pelepas ketegangan”. Media sosial bukan hanya sekedar alat untuk berbagi pesan atau berinteraksi, namun juga telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Media ini membantu manusia memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial mereka, baik itu untuk memperluas wawasan, menjaga hubungan dengan orang lain, memperoleh motivasi maupun hiburan atau pelarian dari rutinitas yang melelahkan. Hal ini menjadikan berbagai jenis media sosial seperti Instagram, Tik Tok, Youtube, dan X (Twitter) sebagai salah satu aspek penting dalam kehidupan modern yang mempengaruhi kehidupan penggunanya.

C. Instagram

Instagram, sebagai bagian dari perkembangan media sosial dalam era new media, tidak

hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto, juga telah berkembang menjadi media yang mampu menyampaikan berbagai informasi secara cepat dan efektif. Menurut Salamoon dalam (Ningsih et al., 2022) “Instagram merupakan platform berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, kemudian mengeditnya menggunakan filter digital, dan mengunggahnya ke Instagram dan platform media sosial lainnya”. Dalam konteks edukatif, instagram kini digunakan oleh banyak konten kreator untuk membagikan materi-materi yang mendidik, mulai dari tips belajar, tutorial, hingga motivasi akademik. Dapat menyampaikan informasi secara instan dan visual membuat Instagram sangat cocok sebagai alat untuk menyebarkan konten edukatif yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Sebagai bagian dari *new media*, instagram mendukung perkembangan pola komunikasi dan penyebaran pengetahuan yang lebih dinamis dan menarik bagi generasi digital saat ini.

Nama instagram berasal dari kata “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti; kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Adapun kata “gram” berasal dari kata “telegram”, yaitu; cara kerja Telegram itu sendiri mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat cepat diterima. Oleh karena itu nama instagram berasal dari arti keseluruhan fungsi aplikasi ini (Annisa, 2022).

Instagram memiliki beragam fitur yang mendukung komunikasi dan penyebaran konten edukatif dengan mudah dan efektif. Melalui fitur *Stories*, pengguna dapat membagikan konten singkat yang bertahan selama 24 jam, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Fitur *Reels* memungkinkan kreator membuat video panjang atau pendek yang dapat digunakan untuk membagikan topik edukasi secara lebih mendalam dan interaktif. Selain itu, fitur *Direct Message* memfasilitasi komunikasi langsung antara pengguna, memungkinkan adanya diskusi dan tanya jawab. Instagram juga menyediakan fitur *Broadcast* merupakan salah satu inovasi terbaru yang memungkinkan konten kreator atau pemilik akun untuk berkomunikasi secara lebih terarah, seperti pesan massal dimana pengikut dapat menerima notifikasi langsung mengenai informasi yang dibagikan, namun hanya pemilik akun yang bisa mengirimkan pesan di saluran tersebut. Dengan berbagai fitur ini, Instagram menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan informasi dan mendukung kegiatan edukasi di era digital.

D. Konten Edukatif

Konten edukatif di Instagram semakin berkembang dan menjadi sumber informasi yang mudah diakses oleh banyak orang, terutama di kalangan mahasiswa. Melalui berbagai fitur seperti Reels, Stories, Broadcast, Direct Message, konten kreator dapat menyajikan materi edukatif secara menarik dan interaktif. Konten-konten ini membantu memotivasi mahasiswa untuk tetap produktif dalam menghadapi tantangan skripsi. Menurut Simarmata (2011) dalam buku *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial)* “konten merupakan pokok, tipe, unit, dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik” (Syahrudin et al., 2023).

Menurut Departemen Pendidikan Nasional dalam (Purwati et al., 2021) “kata edukatif mengandung arti “bersifat mendidik”. Kata bersifat hadir, artinya mendiskusikan nilai-nilai. Sementara yang dimaksud dengan “mendidik” adalah perbuatan nyata atau perbuatan yang berupa perbuatan yang bermanfaat bagi orang lain, lingkungan, dan diri sendiri. Konotasi tindakan ini

yaitu konsisten dengan norma-norma sosial yang berlaku. Simbol edukatif mewakili kualitas individu yang bermoral lurus. Tindakannya terdapat nilai-nilai kebajikan, baik itu nilai yang bersumber dari nalar (pengelolaan yang wajar) maupun keyakinan kepada Tuhan (pengelolaan hati)”.

Konten edukatif di media sosial mencakup berbagai topik pembelajaran, mulai dari keterampilan praktis hingga pemahaman ilmiah. Media sosial membantu menjadikan pendidikan lebih mudah diakses, murah, dan menarik bagi generasi digital. Hal ini memberikan peluang lebih besar bagi pendidik untuk memanfaatkan tren penggunaan media sosial untuk tujuan pembelajaran (Zhazarettaz & Djuhardi, 2023).

Melalui platform digital seperti Instagram, sumber informasi terkait edukasi semakin mudah diakses hal tersebut tentu membantu mahasiswa tingkat akhir dalam mengatasi kebingungan dan stres terkait penyusunan tugas akhir. Tidak hanya panduan teknis, namun juga motivasi serta dukungan emosional, sebagai sumber inspirasi yang beragam dan membantu mahasiswa dalam menyelesaikan pendidikannya dengan lebih percaya diri dan terarah.

E. Motivasi

Motivasi berasal dari kata Latin, yaitu “*movere*” yang artinya dorongan atau daya penggerak (Dwi Cahyono et al., 2022). Menurut Arianti dalam (Manik, 2022) “motivasi merupakan sebuah dorongan yang tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil pengaruh atau rangsangan dari luar. Setiap individu dikatakan mempunyai kapasitas atau kekuatan untuk memotivasi perilaku ke arah tujuan yang ingin dicapai”.

Motivasi merupakan kebutuhan penting bagi manusia berfungsi sebagai pendorong utama dalam mencapai tujuan dan mengatasi tantangan. Dengan adanya motivasi, seseorang mampu bergerak, bertindak, dan tetap konsisten meskipun menghadapi kesulitan. Dorongan ini tidak hanya memacu individu berusaha lebih keras, tetapi juga memberikan arah yang jelas dalam mewujudkan impian dan keinginan. Tanpa motivasi seseorang cenderung kehilangan semangat dan arah, sehingga sulit untuk mencapai potensi lebih maksimal. Dalam motivasi belajar, ada tiga unsur utama yang membentuk motivasi yakni kebutuhan, perilaku atau dorongan, dan tujuan. Selain itu, motivasi mencakup aspirasi, tujuan, sasaran, dan insentif. Situasi inilah yang mendorong, membentuk, menyalurkan, dan mengorientasikan sikap dan perilaku pribadi terhadap pembelajaran (Akidah & Mansyur, 2019).

Terdapat beragam bentuk motivasi yang mendasari tujuan dan perilaku dalam kehidupan manusia. Motivasi merupakan pendorong yang membentuk perilaku seseorang. Menurut Hamzah B Uno dalam (Rahman, 2021), motivasi terbagi menjadi dua kelompok dengan cirinya masing-masing, yaitu:

1. Motivasi Interinsik, dimana memiliki ciri adanya dorongan untuk sukses, kebutuhan akan pembelajaran dan dukungan, harapan untuk masa depan, dan tujuan untuk masa depan.
2. Motivasi Ekstrinsik. memiliki ciri adanya lingkungan belajar yang mendukung, pembelajaran yang menarik, dan pembelajaran yang bermanfaat.

Motivasi intrinsik dan ekstrinsik sangat berperan penting bagi mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi. motivasi interinsik berasal dari dorongan dalam diri mahasiswa, seperti keinginan untuk sukses dan mengembangkan pengetahuan. Sementara itu, motivasi eksterinsik datang dari faktor luar, seperti; dukungan keluarga, dosen pembimbing, mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari media sosial atau internet. Kombinasi tersebut mampu

menciptakan dorongan yang kuat, membantu mahasiswa tetap fokus dan terarah dalam menyelesaikan tugas akhir.

F. Kerangka Pemikiran

Banyak mahasiswa menghadapi tekanan besar saat menyelesaikan tugas akhir. Tuntutan akademis, tekanan waktu dan ekspektasi diri serta lingkungan seringkali menyebabkan stres dan depresi. Adanya kasus depresi yang dialami mahasiswa terkait penyelesaian tugas akhir menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan dukungan mental, motivasi dan informasi yang relevan. Kehadiran Instagram sebagai media baru yang menawarkan konten edukatif memberikan solusi potensial untuk mengurangi beban mental mahasiswa.

Berdasarkan teori Rogers, karakteristik penanda kehadiran media baru seperti Instagram sangat mendukung penyebaran konten edukatif yang efektif, platform ini menawarkan akses yang mudah, relevan, dan dapat diaplikasikan oleh mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir. Dengan demikian, Instagram dapat berperan sebagai media yang dapat membantu meringankan tekanan akademis dan mendukung kesehatan mental mahasiswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian dilaksanakan dengan cara menghimpun data-data melalui observasi pada media sosial instagram, kemudian melakukan dokumentasi materi audio visual pada media sosial instagram, selanjutnya wawancara dengan informan penelitian. Pada penelitian kualitatif kekuatannya berada pada deskripsi kata atau tulisan dengan kemampuan untuk memberikan penjelasan suatu fenomena untuk menangkap makna secara mendalam, bukan pada data dan analisis statistik (Mutiah, 2021).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik. Hal ini dilakukan dengan menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moeloeng, 2017). Pada penelitian deskriptif mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata dan gambar, bukan menggunakan data numerik. Selain itu, semua yang dikumpulkan mungkin menjadi kunci dari apa yang diteliti (Moeleong, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk kata-kata dan gambar sehingga memungkinkannya untuk dapat menangkap makna secara utuh serta informasi yang lebih mendalam. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode pengolahan data dilakukan dengan cara mengklasifikasi atau mengkategorikan data berdasarkan tema yang sesuai dengan fokus penelitian (Saleh, 2017). Serangkaian prosedur digunakan untuk mengumpulkan, mengelola, menganalisis dan menginterpretasikan data, untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dianalisis secara sistematis.

Analisis data, menurut Patton (1980:268) dalam (Moleong, 2017) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu struktur, kategori, dan satuan deskripsi inti. Ia membedakannya dengan interpretasi yaitu memberikan makna yang penting terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara aspek-aspek uraian. Pada penelitian ini, dilakukan analisis dengan cara mengkategorikan konten edukatif di media sosial instagram. Data dikumpulkan melalui observasi konten dari konten kreator yang dipilih, kemudian direduksi dan dianalisis untuk selanjutnya dapat disajikan dan ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Konten Edukatif di Instagram

Pada era digital saat ini, media sosial berkembang menjadi platform yang penting dalam penyebaran informasi dan pendidikan. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang berfungsi sebagai sumber konten edukatif. Di sini konten edukatif di Instagram mengacu pada jenis konten yang dibuat untuk memberikan informasi, pengetahuan, atau keterampilan baru kepada audiens. Fitur-fitur yang tersedia memungkinkan pengguna Instagram dari berbagai latar belakang, baik individu, maupun bisnis untuk berkreasi dan berinteraksi dengan audiens mereka.

Dalam penelitian ini digunakan tiga akun Instagram sebagai objek penelitian, yaitu: @mariesa | dosen online, @ezraalfatah, @ginanjarrahmawan. Ketiga akun tersebut memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak di Instagram dan aktif membagikan konten-konten edukatif. Untuk menampilan konten edukatif yang beragam, ketiga akun tersebut memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media sosial Instagram. Beberapa fitur Instagram, seperti; *Reels*, *Stories*, *Broadcast*, dan *Highlight* berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Dalam penelitian ini, setiap fitur tersebut berdampak pada bagaimana pesan dikomunikasikan dan diterima oleh audiens. Berikut fitur-fitur yang digunakan oleh ketiga akun di atas:

1. Reels

Ketiga akun di atas memanfaatkan fitur reels untuk membagikan konten edukatif dan sebagai media edukasi, sehingga dapat menjangkau lebih banyak audiens dengan cara yang interaktif dan menarik. Disampaikan oleh Mariesa Giswandhani selaku pemilik akun @mariesa | dosen online mengungkapkan bahwa:

“Bertujuan untuk memberikan media edukasi untuk mahasiswa tingkat akhir, hadirnya fitur *Reels* dapat dimanfaatkan untuk membangun *personal branding*, kemudian secara bertahap membagikan konten edukatif tentang perkuliahan, yaitu utamanya tips dan trik cara menulis artikel ilmiah dan skripsi” (Sumber: wawancara dengan Mariesa Giswandhani 13 Juni 2024)

Penyampaian pesan dalam bentuk video pendek yang menarik secara *visual* dan dinamis sehingga dapat membantu menyederhankan informasi yang kompleks menjadi bagian-bagian yang mudah dipahami. Hal tersebut didukung oleh pendapat menurut Sweller dalam buku *Teori dan Praktek Pembelajaran Berbasis Multimedia*, “Jika instruksi terlalu banyak menyertakan informasi, maka pembelajaran akan sulit dicapai” (Ginting, 2021). Hadirnya konten edukatif yang menarik dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir, konten edukatif yang menarik termasuk kedalam motivasi eksterinsik menurut Hamzah B. Uno dalam (Rahman, 2021) bahwa “motivasi ekstrinsik memiliki ciri adanya lingkungan belajar yang mendukung, pembelajaran yang menarik, dan pembelajaran yang bermanfaat”.

2. Instagram Stories

Instagram Stories, fitur yang tersedia pada platform Instagram untuk berbagi video atau foto yang akan menghilang setelah 24 jam. Ketiga akun yang diteliti secara konsisten menggunakan fitur Instagram Stories untuk menyajikan konten edukatif yang menarik dan interaktif. Dapat meningkatkan interaktifitas terhadap audiens merupakan komponen kunci dalam berkomunikasi di media sosial, serta berkontribusi terhadap efektivitas komunikasi.

Instagram stories memiliki fitur interaktif, seperti; polling, Q&A, dan simbol reaksi sehingga audiens dapat berpartisipasi aktif dengan konten yang dibagikan. Hal tersebut sesuai dengan teori

Uses and Gratification menurut Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch dalam (Karunia. H, et. al., 2021) bahwa “audiens memiliki keinginan psikologis dan sosial untuk menentukan tipe media yang mereka inginkan”. Dalam hal ini, audiens dapat berkontribusi dalam interaksi dengan media yang memenuhi kebutuhan partisipasi mereka.

3. Highlight

Fitur highlight di Instagram mempunyai fungsi penting dalam mengumpulkan beberapa story yang disimpan oleh pengguna di profil mereka. Kategorisasi story berdasarkan tema memungkinkan audiens untuk dengan mudah menemukan konten yang relevan dengan kebutuhan dan minat mereka. Ketiga akun pada penelitian ini menggunakan highlight untuk mengelompokkan story yang telah dibagikan, dengan metode ini pengikut atau audiens dapat dengan cepat mengakses informasi yang mereka cari. Fitur highlight juga membantu mengarsipkan informasi berharga sehingga pengikut baru atau lama dapat mengakses tanpa batasan waktu seperti story biasa.

Fitur highlight memberikan pengaruh positif pada pemahaman audiens. Akses yang mudah dan sistematis memungkinkan audiens untuk mempelajari materi dengan baik dan mendalam. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa, generasi masa kini bisa belajar hal baru dengan menjelajahi minat mereka dan meningkatkan keterampilan secara mandiri melalui berbagai konten edukatif yang tersedia secara online (Ulfa, 2024).

4. Broadcast

Fitur broadcast di Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi konten edukatif secara langsung dan serentak kepada pengikutnya. Dalam penelitian ini, dua dari tiga akun terpilih memanfaatkan fitur broadcast dengan tema yang berbeda. Dalam broadcast yang dilakukan oleh kedua akun, pemilik akun dapat berinteraksi dengan pengikutnya melalui sesi tanya jawab. Walaupun tidak selalu memungkinkan interaksi langsung seperti menjawab dengan teks, audiens dapat memanfaatkan emoji untuk membalas pesan yang disampaikan oleh pemilik akun. Menurut (Bakhtiar et al., 2022) “emoji adalah adopsi dari bahasa Jepang yang berarti 'gambar berkarakter'". Emoji merupakan fitur yang disediakan oleh aplikasi komunikasi tertentu berupa simbol grafis yang mewakili ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, konsep, dan berbagai objek serta tanda lainnya.”

Interaktivitas Konten

Instagram sebagai salah satu platform media sosial populer, digunakan oleh beragam kelompok, untuk berbagai tujuan termasuk edukasi. Menyediakan fitur-fitur yang menunjang penyajian konten yang menarik dan interaktif, seperti Instagram Stories, Reels, Broadcast dan kolom komentar sebagai saluran komunikasi penyampaian pesan. Dalam hal ini, informasinya terkait tugas akhir. Sejumlah interaktivitas yang terjadi antara audiens dan pemilik akun adalah polling pada story, komentar pada postingan, Reels Instagram, dan Q&A pada Broadcast. Salah satu karakteristik penanda kehadiran new media menurut Rogers dalam (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021), yaitu *interactivity* atau interaktivitas “karakteristik yang menunjukkan bahwa media baru mempunyai fitur untuk merespon komunikasi dari pengirim sehingga setiap individu berperan aktif dalam proses pertukaran informasi”.

Oleh karena itu interaktivitas konten dalam new media mengacu pada kemampuan media tersebut untuk merespons komunikasi dari pengirim, sehingga terjadinya interaksi dua arah antara

pemilik akun dan audiens dalam konten yang dibagikan. Menurut penelitian, “informasi interaktif pada media sosial memberikan informasi yang dapat diakses secara langsung dan interaktif, sehingga pengguna dapat memanfaatkan informasi untuk mengerti dan menjawab pertanyaan dengan lebih baik” (Susanti et al., 2024).

Kehadiran interaksi dua arah antara pemilik akun dan audiens dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dalam pelaksanaan tugas akhir. Adanya kebutuhan pembelajaran dari audiens, masuk ke dalam kelompok motivasi intrinsik menurut Hamzah B. Uno (Rahman, 2021), yaitu “motivasi intrinsik memiliki karakteristik terdapat dorongan untuk sukses, kebutuhan akan pembelajaran dan dukungan, harapan untuk masa depan, dan tujuan untuk masa depan.” Selanjutnya, konten edukatif yang dibagikan berguna untuk audiens juga termasuk motivasi ekstrinsik, bahwa “karakteristik motivasi ekstrinsik terdapat lingkungan belajar yang mendukung, pembelajaran yang menarik, dan pembelajaran yang berguna” (Rahman, 2021).

Demasifikasi Konten

Demasifikasi konten, adanya penyesuaian informasi untuk segmen atau target tertentu. Menurut Rogers dalam (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021) demasifikasi atau *demassification* yaitu “karakter media baru yang bersifat massal yaitu kendali dalam proses komunikasi berubah dari produsen menjadi konsumen media”. Terjadinya perubahan proses komunikasi ketiga akun melakukan *demassification* untuk penyesuaian konten menjadi bagian-bagian yang lebih spesifik dan terfokus, agar relevan dalam *platform* media sosial. Langkah ini dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan *audiens* yang beragam. Hal ini sesuai dengan teori Katz, Gurevitch, dan Haas dalam (Febrina et al., 2022) “kebutuhan manusia berkaitan dengan penggunaan media, yakni; adanya kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan *integrative personal*, kebutuhan *integrative* sosial dan kebutuhan pelarian atau pelepasan”.

Demasifikasi konten yang dilakukan oleh ketiga akun dapat meningkatkan relevansi informasi, khususnya mahasiswa tingkat akhir. Adanya relevansi terhadap informasi yang dibagikan memungkinkan adanya peningkatan pemahaman terhadap mahasiswa, kemudian adanya motivasi atau dorongan melalui contoh nyata. Konten yang terdemasifikasi sering kali menggunakan contoh nyata di lapangan.

Asinkronus Konten

Asinkronus konten, konten yang dibagikan dan tidak perlu diperbaharui secara langsung sehingga dapat menarik bagi para pengikutnya. Sesuai dengan teori salah satu karakteristik media baru menurut Rogers dalam (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021) bahwa “*asynchronous* memiliki arti bahwa media mampu mengirimkan dan menerima pesan pada waktu yang diinginkan peserta komunikasi”. Beberapa fitur Instagram dapat dimanfaatkan sebagai asinkronus konten, mahasiswa dapat mengakses kapan saja konten yang telah dibagikan oleh pemilik akun, seperti pada fitur Reels, mahasiswa dapat mengakses video yang telah dibagikan untuk kemudian mengakses kembali di kemudian hari.

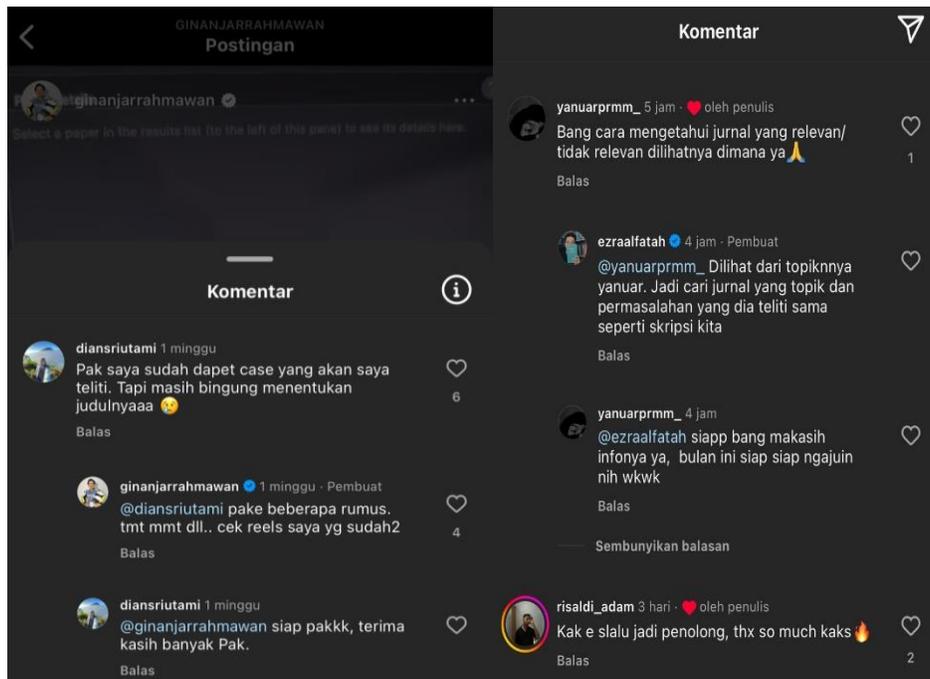
Selain itu, pada media sosial Instagram pemilik akun juga dapat menambahkan link eksternal yang dapat diakses kapan saja dapat berupa link untuk menuju platform yang lain. Kemudian fitur Feeds, pada fitur feed semua postingan dapat ditampilkan baik itu video reels, gambar, video, foto, maupun kata-kata motivasi yang dapat mendorong semangat mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir. Salah satu kelebihan utama dari asinkronus konten, yaitu; fleksibilitasnya, mahasiswa dapat mengakses atau memberikan respon pada konten yang tersedia

kapan saja, sesuai dengan kenyamanan yang dimiliki. Hal itu tentu sangat membantu mahasiswa untuk dapat memahami materi sesuai dengan waktu yang dimiliki. Kemudian aksesibilitasnya, asinkronus konten dapat diakses diberbagai lokasi dan waktu. Meskipun memiliki kelebihan akan aksesibilitasnya, asinkronus konten juga memiliki kelemahan yakni kurangnya respon secara langsung terhadap audiens, banyaknya audiens yang memberikan umpan balik terhadap suatu konten edukatif memungkinkan pemilik akun tidak dapat merespon seluruh umpan balik yang diterima, sehingga membatasi komunikasi efektivitas komunikasi bagi audiens yang membutuhkan respon cepat.

Peran Konten Edukatif di Instagram dalam Memotivasi Mahasiswa di Tugas Akhir

Mahasiswa sering kali menghadapi berbagai tantang dan tekanan saat menyelesaikan tugas akhir, sehingga motivasi menjadi salah satu hal yang dibutuhkan dalam proses ini. Kebutuhan akan dukungan dan inspirasi dari berbagai sumber dapat membantu mahasiswa tetap fokus dan bersemangat. Adanya interaksi dengan dosen pembimbing atau sesama mahasiswa dapat memberikan semangat dan motivasi. Selain itu, konten edukatif yang dibagikan oleh konten kreator di media sosial juga dapat menjadi sumber motivasi tambahan dan dapat membantu mahasiswa menemukan ide-ide kreatif. Media sosial Instagram yang memiliki jangkauan luas dan dapat diakses dengan mudah, menjadi salah satu media sosial sumber konten edukatif. hal tersebut sesuai dengan pendapat bahwa “media sosial membantu menjadikan pendidikan lebih mudah diakses, murah, dan menarik bagi generasi digital. Hal ini memberikan peluang besar bagi pendidik untuk memanfaatkan tren penggunaan media sosial untuk tujuan pembelajaran” (Zhazarettaz & Djuhardi, 2023).

Tersedianya sumber konten edukatif yang dapat diakses kapan saja tanpa batasan waktu memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk mendapatkan ide dan informasi untuk tugas akhir mereka. Konten edukatif yang membahas topik atau materi terkait tugas akhir, dapat memberikan sumber daya pendidikan sehingga mahasiswa dapat mengerjakan tugas akhir dengan lebih efektif. Tersedianya konten edukatif tidak luput dari konsistensi pemilik ketiga akun instagram di atas dalam membagikan konten-konten yang bermanfaat. Konten yang spesifik dan relevan dapat menarik perhatian dan motivasi mahasiswa. Pemanfaatan fitur Reels seperti Instagram memungkinkan informasi yang dibagikan lebih ringkas, hal tersebut mempermudah mahasiswa dalam menyerap dan memahami informasi untuk kemudian dapat dipraktikkan. Selain itu, adanya interaktifitas dalam media sosial mahasiswa dapat melaksanakan diskusi antara audiens atau dengan pemilik akun. Kolom komentar menjadi salah satu tempat untuk dapat berdiskusi berbagi solusi praktis, motivasi, dan saling tanya jawab secara lebih mendalam terkait masalah yang dihadapi dalam proses penyusunan skripsi.



Sumber: Instagram @ezraalfatah dan @ginanjarahmawan
Gambar 1. Interaktifitas di Kolom Komentar

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, konten edukatif yang dibagikan di media sosial Instagram berperan sebagai motivasi tambahan untuk mahasiswa yang sedang prose penyusunan tugas akhir. Ketersediaan konten, interaktifitas, dan aksesibilitas konten termasuk kedalam motivasi eksterinsik menurut Hamzah B Uno dalam (Rahman, 2021) “Motivasi ekstrinsik memiliki ciri adanya lingkungan belajar yang mendukung, pembelajaran yang menarik, dan pembelajaran yang bermanfaat”. Adanya kebutuhan akan pembelajaran dari mahasiswa dan dorongan untuk mencapai suatu tujuan termasuk kedalam motivasi intrinsik menurut Hamzah B Uno dalam (Rahman, 2021) “motivasi intrinsik memiliki ciri adanya dorongan untuk sukses, kebutuhan akan pembelajaran dan dukungan, harapan untuk masa depan, dan tujuan untuk masa depan”.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten edukatif yang dapat memanfaatkan fitur-fiturnya, seperti; Reels, Stories, Broadcast, Highlight berhasil memotivasi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir. Konten edukatif sesuai dengan teori karakteristik penanda kehadiran media baru yakni, interaktivitas dapat meningkatkan keterlibatan antara mahasiswa dan pemilik akun, demasifikasi yang memungkinkan penyebaran konten yang relevan kepada audiens yang luas, dan asinkronus yang memberikan fleksibilitas akses bagi mahasiswa.

Meski terdapat tantangan seperti adanya keterbatasan waktu dan kurangnya interaksi langsung, konten edukatif tetap dapat memberikan kontribusi positif dalam mendukung motivasi dan pembelajaran mahasiswa, terlihat dari respon atau tanggapan positif dari mahasiswa terhadap pemilik akun. Tersedianya konten edukatif di instagram termasuk kedalam motivasi ekstrinsik yaitu tersedianya sumber pembelajaran yang menarik, sementara adanya kebutuhan akan

pembelajaran, dukungan, informasi termasuk kedalam motivasi intrinsik. Demikian media sosial termasuk Instagram dapat dimanfaatkan sebagai alat pendidikan yang efektif karena sesuai dengan karakteristik new media untuk memotivasi mahasiswa dalam tugas akhir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ucapkan terimakasih atas bimbingan dan pengarahan yang diberikan oleh dosen pembimbing Ibu Yulianti Fajar Wulandari, S.Ikom, M.IKom dan Bapak Sultan Himawan, M.IKom, serta keluarga dan teman-teman yang telah memberi dukungan dalam proses penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akidah, I., & Mansyur, U. (2019). "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Keterampilan Menulis Berita Mahasiswa," *Jurnal Khazanah Pendidikan, September*
- Annisa, F. (2022). "Edukasi Influencer Di Instagram Kepada Netizen Selama Masa Pandemi Covid-19," *Tesis, FISIP Universitas Hasanudin.*
- Bakhtiar, A., Rinata, B., Sukamto, K., Hidayat, S., & Pramono, S. (2022). "Efektivitas Penggunaan Emoji Dalam Komunikasi Digital," *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS), Vol. 1*
- "Depresi Mahasiswa Bunuh Diri di Sungai Brantas Gegara Skripsi Tak Tuntas," *detik.com* <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7133306/depresi-mahasiswa-bunuh-diri-di-sungai-brantas-gegara-skripsi-tak-tuntas>
- Dwi Cahyono, D., Khusnul Hamda, M., & Danik Prahastiwii, E. (2022). "Pemikiran Abraham Maslow Tentang Motivasi Dalam Belajar," *Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan 6, No. 1*
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(2), 350–363.*
- Febrina, I., Mustopa, R., & Mujianto, H. (2022). "Analisis Faktor Pendorong Penggunaan Aplikasi Sing! Karaoke by Smule," *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan), Vol. 5, Issue 1.* <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Ginting, D. (2021). *Teori dan Praktek Pembelajaran Berbasis Multimedia.* Malang: Media Nusa Creative.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 92–104.*
- Manik, J. S. (2022). "Peran Guru Dalam Menjaga E-Safety Peserta Didik Di Era Teknologi Digital di Indonesia," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 4(4), 5098–5108.*
- Moleong, P. D (2017). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutiah, T (2021). *Modul-Mk-Metode-Penelitian-Komunikasi-(Kualitatif).* Bekasi: Universitas BSI
- Ningsih, S., Yuliani, F., & Ayuh, E. T. (2022). "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa," *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari, 4(1), 11–16.*
- Nugroho, S. A (2022). "Menjaga Hubungan Keluarga Jarak Jauh Melalui New Media (Studi Pada Anggota Keluarga Yang Tinggal Berbeda Kota)," *Jurnal Jushpen, Vol.1 No. 1.*
- Pratiwi, K. S (2022). "Pengaruh Akun Instagram @NKCTHI Sebagai Media Penyampaian Pesan

-
- Motivasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikutnya di Kalangan Generasi Z (Studi Pada Followers Instagram @NKCTHI Generasi Z),” *Skripsi*, Fakultas ISIP, Prodi Ilmu Komunikasi, Unila.
- Purwati, P., Sauri, S., & Faiz, A. (2021). “Analisis Istilah Kampus Ilmiah, Religius, Dan Edukatif Dalam Tinjauan Teori Realms of Meaning Karya Phenix,” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4).
- Rahman, S. (2021). “Merdeka Belajar Dalam Menyambut Era Masyarakat 5.0” Pentingnya Motivasi Belajar Dalam Meningkatkan Hasil Belajar,” *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Dasar Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo*
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*, editor: Hamzah Upu. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Susanti, S., Bangun, M. B., Wulandari, Y. D., Sinaga, M., Hasibuan, M. A., Sagala, A. C., & Sagala, A. A. (2024). “Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Literasi Digital di Kalangan Remaja Lingkungan Jalan Hm. Joni Medan,” *Jurnal Pendidikan NonFormal*, 1(3)
- Syahrudin, Mahdar, Sarlan, A., Asmurti, & Muslan (2023). *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial*. Cirebon: CV. Green Publisher Indonesia.
- Triyono, D. A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Tuhana, V. E., Lebi Daga, L., & Pietriani, R. (2022). “Pemanfaatan Website Kota Kupang Sebagai Online Public Relations,” *Jurnal Communio*, 12 July 2022
- Ulfa, M. (2024). Book Chapter of Proceedings “Journey-Liaison Academia and Society Menjaga Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Strategi Menghadapi Teknologi Maintaining Religious Moderation in the Digital Age, Challenges and Strategies for Facing Technology,” *Jurnal J-las* 3(1), 43–63. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/BCoPJ-LAS>
- Zhazarettaz, A., & Djuhardi, L. (2023). “Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok,” *Jurnal Ikraith-Humaniora* Vol. 7 No. 3 (2023).