

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@akubahasa.id SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

DEVI AINUN FITRIANINGSIH
NIM. 12140321064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah penguji pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Devi Ainun Fitrianiingsih
NIM : 12140321064
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @akubahasa.id sebagai Media Komunikasi Pembelajaran Bahasa Indonesia

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Mei 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Pekanbaru, 26 Mei 2025

Dekan,

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Dr. Mardhiah Rubani, M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
NIP. 19830622 202321 1 014

Penguji IV,

Intan Kemala, S.Sos, M.Si
NIP. 19810612 200801 2 017

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMANFAATAN INSTAGRAM @akubahasa.id SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA

Disusun oleh:

DEVI AINUN FITRIANINGSIH

NIM. 12140321064

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 05 Mei 2025

Mengetahui,
Pembimbing

Dr. Drs. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Devi Ainun Fitrianingsih
NIM : 12140321064
Judul : Pemanfaatan Instagram pada Akun @inezkristanti sebagai Media Edukasi Seksual

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 23 Januari 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 23 Januari 2025

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Muhammad Badri, SP, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Penguji II,

Rusyda Fauzana, S.S., M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dilindungi Undang-Undang

Dianggap mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Dianggap mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dianggap mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dianggap mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 05 Mei 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Devi Ainun Fitrianingsih
NIM : 12140321064
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram @akubahasa.id sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


Dr. Drs. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: ialn-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Ainun Fitrianingsih
Nim : 12140321064
Tempat/Tanggal Lahir : Hidup Baru, 10 Januari 2003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram @akubahasa.id sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 5 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,




Devi Ainun Fitrianingsih
NIM. 12140321064



ABSTRAK

Nama : Devi Ainun Fitrianingsih
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @akubahasa.id sebagai Media Komunikasi Pembelajaran Bahasa Indonesia

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang kerap digunakan untuk berbagai tujuan, seperti bertukar informasi, berkomunikasi dan salah satunya sebagai media komunikasi pembelajaran. Dengan tersedianya berbagai fitur yang dapat menunjang kebutuhan penggunanya, banyak pegiat literasi yang memanfaatkan Instagram untuk membantu menyebarkan informasi kebahasaan melalui konten-kontennya. Akun @akubahasa.id adalah salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana menyampaikan informasi pembelajaran bahasa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @akubahasa.id sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta menggunakan pendekatan konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification* dan konsep operasional yang digunakan adalah konsep 4C dari Chris Heuer. Hasil dari penelitian ini adalah akun Instagram @akubahasa.id memanfaatkan media sosial Instagram melalui beberapa indikator yaitu yang pertama *context* berupa sajian konten yang dibuat secara variatif serta pesan di dalamnya menggunakan kata-kata yang mudah dipahami, yang kedua *communication* berupa menyajikan konten yang dapat menciptakan ruang diskusi dengan memanfaatkan fitur komunikasi yang tersedia, yang ketiga *collaboration* berupa kerja sama yang dibangun antar pihak untuk mengembangkan kualitas akun dan konten, dan yang keempat *connection* berupa melayani dan menjaga koneksi yang sudah terbangun antara akun @akubahasa.id dengan para pengikutnya.

Kata kunci: Pemanfaatan, Media Sosial, Instagram, Media Komunikasi Pembelajaran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Devi Ainun Fitrianingsih
Department : Communication Sciences
Title : Utilization of Instagram Social Media @akubahasa.id as Communication Media for Indonesian Language Learning

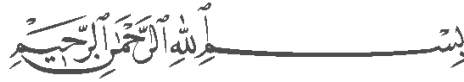
Instagram is one of the social media platforms that is often used for various purposes, such as exchanging information, communicating and one of them as a medium of learning communication. With the availability of various features that can support the needs of its users, many literacy activists utilize Instagram to help disseminate linguistic information through its content. The @akubahasa.id account is one account that utilizes Instagram social media as a means of conveying Indonesian language learning information. This study aims to determine the utilization of Instagram social media @akubahasa.id as a medium of communication for Indonesian language learning. This research uses descriptive qualitative method and uses constructivism approach. Data collection was carried out using interview and documentation techniques. The theory used is the theory of uses and gratification and the operational concept used is the 4C concept from Chris Heuer. The results of this study are that the @akubahasa.id Instagram account utilizes Instagram social media through several indicators, namely the first context in the form of presenting content that is made in a varied manner and the message in it uses words that are easy to understand, the second communication in the form of presenting content that can create discussion space by utilizing the available communication features, the third collaboration in the form of cooperation built between parties to develop the quality of accounts and content, and the fourth connection in the form of serving and maintaining connections that have been built between the @akubahasa.id account and its followers.

Keywords: Utilization, Social Media, Instagram, Learning Communication Media.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirobbil'alam, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad ﷺ, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @akubahasa.id sebagai Media Komunikasi Pembelajaran Bahasa Indonesia”** merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis oleh penulis untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa ucapan terima kasih penulis berikan kepada orang tua penulis, yaitu ayahanda **Tarsim Ery Priyana** dan almh ibunda **Siti Nurmaidah**, yang telah memberikan segala bentuk cinta, kasih sayang, do'a, usaha dan dukungan kepada penulis untuk terus kuat menjalani segala proses dalam menggapai gelar sarjana yang diimpikan. Terima kasih sudah senantiasa ada bersama penulis, kalian merupakan salah satu alasan kenapa penulis menyelesaikan skripsi ini dan akan selalu menjadi alasan penulis dalam mencapai hal-hal baik lainnya. Dan terima kasih juga penulis ucapkan kepada kakak-kakak penulis beserta keluarganya, yaitu **Kartini dan keluarga, Cici Suryani dan keluarga** serta **Silvina Ati Ningsih dan keluarga** yang juga telah memberikan dukungan, do'a nya dan materi kepada penulis selama menjalankan perkuliahan dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd dan Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc, Ph.D dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Drs. Nurdin, M.A selaku Penasehat Akademik (PA) serta dosen pembimbing. Terima kasih banyak atas arahan, bantuan, bimbingan dan waktu yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.
8. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama berada di bangku perkuliahan.
9. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan kepengurusan administrasi.
10. Para informan penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memberikan data yang penulis butuhkan.
11. Fauzan Ramadhan selaku orang terkasih penulis yang juga turut menemani penulis dalam suka maupun duka, mendengarkan segala keluh kesah penulis, dan memberikan bantuan, motivasi serta apresiasi yang dapat membangkitkan semangat penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat penulis yang penulis sayangi dan banggakan, Fayza Azzahrah Sianipar, Quinta Dwi Arlita, Firly Apriyana, dan Fadia Pernanda Sari yang juga turut kebersamai penulis, dalam segala suka maupun duka dan memberikan segala motivasi, dukungan, bantuan, dan hiburan untuk penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman Jurnalistik F 2021 dan KKN Desa Kemuning Tua 2024, terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama menjalani proses perkuliahan ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
15. *Last but not least*, terima kasih penulis ucapkan kepada Devi Ainun Fitriyaningsih, yaitu saya sendiri. Terima kasih sudah mampu melewati segala rintangan dan cobaan yang melanda agar bisa berada di tahap ini. Terima kasih sudah selalu kuat menjalani segala proses dan tetap pantang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyerah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat menjadi sumbangsih kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Pekanbaru, 04 Mei 2025
Penulis

DEVI AINUN F.
NIM. 12140321064



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Konsep Operasional.....	27
2.4 Kerangka Berpikir	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3 Sumber Data Penelitian	30
3.4 Informan Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Validitas Data.....	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
BAB IV	35



GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	35
4.1 Gambaran Akun Instagram @akubahasa.id.....	35
4.2 Informasi Akun Instagram @akubahasa.id	37
BAB V.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
5.1 Data Informan	41
5.2 Hasil Penelitian	42
5.3 Pembahasan.....	54
BAB VI.....	68
PENUTUP.....	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	77

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @akubahasa.id	3
Gambar 2.1 Tranformasi Logo Instagram dari Waktu ke Waktu	20
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian 2025	28
Gambar 4.1 Akun Facebook <i>Aku Bahasa</i>	36
Gambar 4.2 Akun YouTube <i>Aku Bahasa</i>	36
Gambar 4.3 Akun X @akubahasa_id	36
Gambar 4.4 Akun Instagram @akubahasa.id	37
Gambar 4.5 Salah Satu Konten #SeninPintar dan #KamisPintar	38
Gambar 4.6 Salah Satu Konten #SelasaSastra	38
Gambar 4.7 Salah Satu Konten #RabuKatakataku	39
Gambar 4.8 Salah Satu Konten #JumatBahasa	39
Gambar 4.9 Salah Satu Konten #TebakTebakan	40
Gambar 5.1 Konten-konten pada Akun Instagram @akubahasa.id	44
Gambar 5.2 Penggunaan Bahasa atau Diksi pada Salah Satu	46
Gambar 5.3 Kolom Komentar Salah Satu Postingan Instagram @akubahasa.id ..	49
Gambar 5.4 <i>Question Box</i> di <i>Instastory</i> Akun Instagram @akubahasa.id	51
Gambar 5.5 Beberapa Komentar Salah Satu Informan	53
Gambar 5.6 Data <i>Insight</i> Akun Instagram @akubahasa.id	55
Gambar 5.7 Salah Satu Postingan di Akun Instagram @akubahasa.id	57
Gambar 5.8 Kolom Komentar Salah Satu Postingan Instagram @akubahasa.id ..	60
Gambar 5.9 Bio Instagram @akubahasa.id	62
Gambar 5.10 <i>Question Box</i> di <i>Instastory</i> Akun Instagram @akubahasa.id	63
Gambar 5.11 <i>Like</i> , <i>Comment</i> dan <i>Share</i> Para Pengikut	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	31
Tabel 5.1 Data Informan	41



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial saat ini berlangsung dengan sangat cepat, memungkinkan penyebaran informasi secara luas tanpa batasan ruang dan waktu. Seiring dengan kemajuan teknologi, metode pembelajaran pun mengalami perubahan, termasuk dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Berbagai aplikasi kini tersedia bagi pegiat literasi untuk membantu menyebarluaskan informasi kebahasaan, dan salah satu *platform* yang sering digunakan untuk tujuan ini adalah Instagram (Zunurahma & Fahrezi, 2023). Instagram, yang juga dikenal sebagai IG, adalah *platform* media sosial berbasis aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan video. Selain itu, pengguna dapat menerapkan berbagai *filter* pada foto maupun video sebelum membagikannya ke jejaring sosial lainnya (Feroza & Misnawati, 2020). Menurut Jaakkola dalam Feroza & Misnawati (2020), aplikasi ini menyediakan berbagai fitur interaksi bagi penggunanya, seperti menyukai konten, memberikan komentar, membagikan ulang, hingga mengirim pesan. Instagram dirancang khusus untuk penggunaan di perangkat seluler dan sebagian besar penggunanya adalah kalangan muda berusia 18-29 tahun. *Platform* ini memungkinkan mereka untuk tetap terhubung dan berbagi momen dengan orang-orang terkasih tanpa terhalang oleh jarak maupun waktu.

Berdasarkan dari keunggulan Instagram tersebut, kini banyak para pegiat bahasa dan sastra Indonesia yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran. Mereka menciptakan konten informatif seputar bahasa dan sastra Indonesia, lalu membagikannya di *platform* tersebut, memungkinkan pengguna lain untuk memberikan respons terhadap konten yang telah dibuat (Feroza & Misnawati, 2020). Salah satu fenomena pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran ini yang terjadi pada akun Instagram @akubahasa.id, dimana akun tersebut menyajikan konten pembelajaran seputar kebahasaan dan kesastraan Indonesia dengan sajian visual yang menarik. Akun Instagram @akubahasa.id berdiri pada tahun 2018 dan dalam paruh waktu tahun 2025 ini memiliki pengikut berjumlah 32 ribu. Konten yang dibuat oleh akun @akubahasa.id cukup variatif, seperti koreksi kata, perbedaan kata baku dan tidak baku, idiom kata, bedah makna dari sebuah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kata, pribahasa dan lagu, preposisi kata, dan lain-lain.

Berdasarkan fenomena di atas, menurut Budiman (2022), semestinya pembelajaran bahasa Indonesia melalui pemanfaatan media sosial Instagram dapat membantu masyarakat untuk membentuk karakter yang berbahasa sopan, berbudaya, mengemukakan pendapat dengan baik, dan meningkatkan kemampuan analisis serta imajinatif. Namun pada kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum tertarik untuk memperdalam ilmu tentang kebahasaan salah satunya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Dalam hal ini menghadirkan kesenjangan berupa kurangnya kesadaran masyarakat dalam memahami pentingnya mempelajari bahasa Indonesia serta kehadiran media sosial sebagai salah satu media komunikasi pembelajaran yang belum bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan pada salah satu artikel di media *online* dengan judul “Sebut Pelajaran Bahasa Indonesia Tak Penting, Video Pria Ini Tuai Kecaman”, dimana dalam artikel tersebut menjelaskan tentang sebuah video yang diunggah oleh akun TikTok @ibn***** yang menyebutkan beberapa mata pelajaran sekolah yang menurutnya tidak penting. Salah satu pelajaran yang disebutkan adalah bahasa Indonesia (Kumparan, 2020).

Dari kesenjangan di atas peneliti mencoba meneliti masalah dengan mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia pada akun Instagram @akubahasa.id. Kajian yang serupa mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, yang pertama penelitian berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Akun @photose.id” yang diteliti oleh Renna Maya Meivanda dan Saifuddin Zuhri pada tahun 2024. Penelitian yang kedua berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi pada Akun Instagram @bittersweet_by_najla” yang diteliti oleh Leza Putri Millenia, Ilham Gemiharto dan Yuliani Dewi Risanti pada tahun 2023. Dan penelitian yang ketiga berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu sebagai Sarana Informasi Terkini” yang diteliti oleh Christifera Noventa, Iin Sorayab dan Arina Muntazah pada tahun 2023. Berangkat dari masalah di atas maka yang menjadi konsep dasar dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial Instagram.

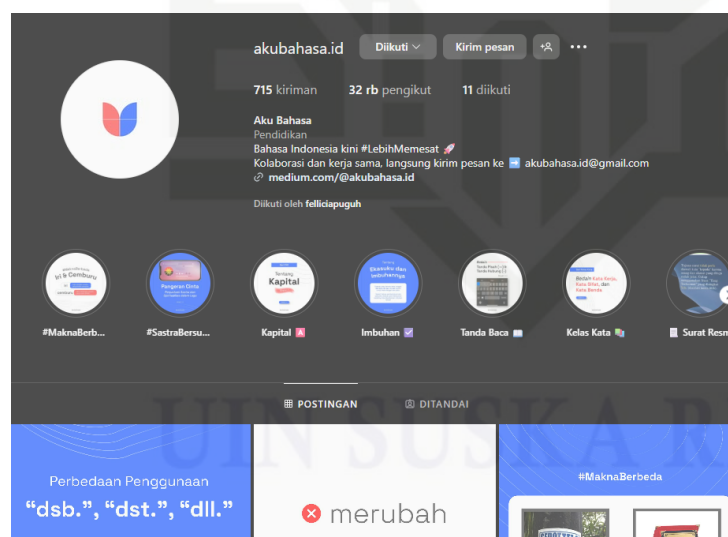
Pemanfaatan media sosial Instagram merujuk pada penggunaan *platform* media sosial ini untuk berbagai tujuan, seperti sebagai wadah bagi penggunanya untuk berbagi hasil foto dan video yang dimilikinya (Utami & Yuliati, 2022). Selain itu menurut Arbi dan Indra dalam Sunarto,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dkk. (2023), pemanfaatan media sosial seperti Instagram juga dapat digunakan sebagai media promosi, edukasi dan informasi, karena Instagram mengandalkan media visual yang sangat bermanfaat dalam mencari suatu informasi. Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, para pengguna juga memanfaatkan Instagram sebagai *platform* untuk berjualan, berbisnis, atau bahkan berbagi pesan motivasi kepada orang lain (Siahaan et al., 2022). Kecanggihan serta kemudahan yang ditawarkan Instagram seperti aplikasi yang ringan dan tersedianya fitur-fitur yang menarik berhasil mewujudkan permintaan dan pengalaman pasar selaku pengguna media sosial (Setiawan, 2023).

Penelitian ini akan melihat akun Instagram @akubahasa.id sebagai lokasi penelitian, karena akun tersebut memanfaatkan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia kepada para pengguna media sosial Instagram. Relevansi antara fenomena dengan lokasi penelitian adalah akun Instagram @akubahasa.id menjadi salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia untuk memberikan pengetahuan seputar kebahasaan, dari yang umum hingga yang asing didengar dengan tujuan untuk memperkaya kosa kata dan istilah bahasa Indonesia oleh masyarakat. Sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena tersebut dan kemudian menimbulkan pertanyaan penelitian **“Bagaimana pemanfaatan Instagram pada akun @akubahasa.id sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia?”**



Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @akubahasa.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1.2

Penegasan Istilah

Di dalam penelitian ini, untuk menghindari kesalahpahaman selama proses penelitian, istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian harus dijelaskan dalam hal sebagai berikut:

1.2.1 Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih bermanfaat atau dengan kata lain yaitu berfaedah (Purnamasari & Purnantara, 2024).

1.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah *platform* berbentuk aplikasi dan situs web yang beroperasi dengan teknologi berbasis internet. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan terhubung dengan berbagai individu, mulai dari orang-orang terdekat hingga mereka yang sebelumnya belum dikenal (Arsyad, 2022).

1.2.3 Instagram

Instagram merupakan sebuah *platform* media sosial yang memungkinkan orang memposting foto dan video dengan menyertakan lampiran teks serta dapat menyukai, berkomentar, dan terlibat satu sama lain dengan pengguna lain dalam sebuah postingan (Anisah et al., 2021).

1.2.4 Media Komunikasi Pembelajaran

Media komunikasi pembelajaran merupakan alat atau pengenalan yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan materi pembelajaran dan berkomunikasi dengan pelajar, baik di dalam maupun di luar kelas (Aulia et al., 2024).

1.2.5 Bahasa Indonesia

Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional dan bahasa resmi di Indonesia. Bahasa Indonesia juga digunakan secara non resmi, santai, dan bebas (Oktaviani & Nursalim, 2021).

1.3

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah peneliti paparkan pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @akubahasa.id sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia?”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @akubahasa.id sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan disiplin ilmu komunikasi dan berfungsi sebagai dasar bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian mendalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat serta meningkatkan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penelitian lebih runtut dan sistematis, maka perlu dibuat sistematika penulisan yang dituangkan kedalam enam bab, dan disetiap bab terdiri dari beberapa sub bab, diantaranya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan kumpulan informasi mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan (Agustina, 2021). Peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan acuan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.

Penelitian yang pertama **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Jepang”** yang diteliti oleh Tia Indriyani dan Lisda Nurjaleka pada tahun 2023. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jenis fitur aplikasi Instagram yang dimanfaatkan untuk membuat konten pembelajaran bahasa Jepang serta jenis konten pembelajaran bahasa Jepang yang terdapat di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur yang paling banyak digunakan adalah fitur *feeds*. Selain itu, materi pembelajaran bahasa Jepang yang diperkenalkan cukup beragam di antaranya adalah materi kebahasaan seperti linguistik yang memperkenalkan idiom, ungkapan, dan lainnya. Akun-akun tersebut juga membahas soal-soal JLPT atau *norkyokushiken* (Indriyani & Nurjaleka, 2023). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian, metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana fokus penelitian ditujukan pada media pembelajaran dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian dan tujuan penelitian.

Penelitian yang ke dua berjudul **“Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Segmen #belajarbarengcita”** yang diteliti oleh Fathma Cita Zunurahma dan Gianluigi Fahrezi pada tahun 2023. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kebermanfaatan Instagram sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia, dan seberapa besar kebermanfaatan konten yang dibuat oleh peneliti sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui survei dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) media sosial Instagram merupakan media yang tepat bagi penyebaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

informasi, (2) media sosial Instagram merupakan media sosial yang tepat sebagai salah satu media pembelajaran, dan (3) pembelajaran bahasa Indonesia secara umum seperti kaidah dan tata bahasa dinilai efektif melalui konten BBC berdasarkan respons yang diberikan netizen (Zunurahma & Fahrezi, 2023). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana fokus dan tujuan penelitian ditujukan pada media pembelajaran bahasa Indonesia, kemudian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian dan teknik pengumpulan data.

Penelitian yang ke tiga berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi pada Akun Instagram @bittersweet_by_najla”** yang diteliti oleh Leza Putri Millenia, Ilham Gemiharto dan Yuliani Dewi Risanti pada tahun 2023. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Bittersweet by Najla, bagaimana pemanfaatan yang dilakukan sebagai bentuk aktivitas promosi, hingga kendala dalam pemanfaatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa alasan yang menjadi pendorong pemanfaatan media sosial Instagram oleh Bittersweet by Najla sebagai media promosi yaitu efisiensi biaya, mudah dioperasikan dan berfitur lengkap, media sosial yang tepat untuk promosi di bidang kuliner, sesuai dengan segmentasi pasar Bittersweet by Najla, dan adanya fitur iklan (*Instagram Ads*) yang menjanjikan. Kemudian juga ditemukan dalam pengelolaan media sosial Instagram Bittersweet by Najla yang dikaji menggunakan konsep *Social Media Marketing* Chris Heuer dengan empat elemen didalamnya yaitu konteks (*context*), komunikasi (*communication*), kolaborasi (*collaboration*), koneksi (*connection*) didapati bahwa pengelolaan Instagram Bittersweet by Najla telah memenuhi keempat elemen tersebut sebagai media promosi. Namun didapati hasil bahwa keempat elemen ini saling melengkapi, apabila ada salah satu elemen yang tidak maksimal akan berpengaruh terhadap penurunan angka penjualan dan eksistensi Bittersweet by Najla di masyarakat. Selain itu, juga ditemukan kendala yang hadapi (Millenia et al., 2023). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode, *platform* dan konsep yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode kualitatif, *platform*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

media sosial yang digunakan adalah Instagram dan menggunakan konsep 4C dari Chris Heuer. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian dan tujuan penelitian.

Penelitian yang ke empat berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu sebagai Sarana Informasi Terkini”** yang diteliti oleh Christifera Noventa, Iin Sorayab dan Arina Muntazah pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mencari informasi, BuddyKu menjadikan beberapa portal media menjadi bahan acuan untuk mempublikasikan di media sosial Instagram BuddyKu. BuddyKu sendiri mengumpulkan informasi terkait di segala bidang. BuddyKu juga menganalisis berita apa saja yang sedang trending di sosial media. BuddyKu mengolah konten dengan desain yang menarik dan headline yang simple. BuddyKu fokus ke inti pembahasan dan ada ilustrasi agar kontennya lebih mudah dimengerti oleh audiens (Noventa et al., 2023). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian dan tujuan penelitian.

Penelitian yang ke lima berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi”** yang diteliti oleh Nadhifa Fitri Utami dan Nova Yulianti pada tahun 2022. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan, interaksi, karakteristik dan juga alasan menggunakan media sosial Instagram Urban 106.3 FM Bandung. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan yaitu *New Media Theory* dari Martini. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan konten di Instagram Urban Radio Bandung diawali dengan menentukan tema besar, mencari informasi lalu membuat *content planner*. Setelah itu, konten dikemas dan dibagikan ke dalam media sosial Instagram. Lalu, cara membangun interaksi dengan pengikut melalui konten Instagram yaitu dengan cara membagikan konten seperti meme kamus Sunda yang menjadi jembatan suatu interaksi serta membuat dan membagikan konten yang *relate* sama orang Bandung. Dengan adanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berbagai konten yang dimiliki, Urban Radio Bandung memiliki karakteristik kontennya sendiri yang Bandung banget, dimana konten yang diberikan dikemas sesuai suasana orang Bandung. Lalu, alasan Urban Radio Bandung menggunakan Instagram sebagai media informasinya karena Instagram sampai saat ini masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh kebanyakan orang, memiliki jangkauan yang luas, mudah untuk melakukan iklan, mudah untuk *me-manage* komunitas yang ada, adanya dampak positif yang besar dan memiliki fitur yang lengkap didalamnya menjadikan lebih mudah untuk digunakan (Utami & Yuliati, 2022). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan teori yang digunakan.

Penelitian yang ke enam berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua pada Akun @vespasoy”** yang diteliti oleh Andhika Noerand Prayoga dan Berlian Primadani pada tahun 2021. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi mengenai *sparepart* vespa tua pada akun Instagram @vespasoy yang dilakukan oleh *followers*-nya dengan melihat perubahan persepsi ketika melihat akun Instagram @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan yaitu media informasi dan persepsi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para *followers* akun @vespasoy memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi dengan melihat perubahan persepsi ketika melihat akun Instagram @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua setelah mendapatkan informasi dari akun Instagram @vespasoy (Prayoga & Primadani, 2021). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan teori yang digunakan.

Penelitian yang ke tujuh berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat”** yang diteliti oleh Citra Eka Putri, Hamsinah dan Nadia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Arsyilla pada tahun 2024. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki banyak manfaat bagi kegiatan kerja humas Polri. Pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri telah berjalan dengan baik dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh Divisi Humas Polri yang berisikan tentang iklan layanan masyarakat, kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh Polri dan informasi tambahan lainnya yang diinformasikan melalui salah satu akun resmi media sosial Divisi Humas Polri yaitu Instagram (Putri et al., 2024). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, dan tujuan penelitian.

Penelitian yang ke delapan berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Akun @photose.id”** yang diteliti oleh Renna Maya Meivanda dan Saifuddin Zuhri pada tahun 2024. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* akun Instagram @photose.id melalui penggunaan fitur-fitur di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teori yang digunakan yaitu teori AISAS. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @photose.id dalam memanfaatkan Instagram melalui fitur-fiturnya cenderung optimal hanya pada beberapa fitur saja, seperti stories dan posts. Beberapa aspek perlu ditingkatkan lagi seperti penggunaan fitur *reels* dan desain visual konten pada *feeds* yang perlu ditata lebih rapi (Meivanda & Zuhri, 2024). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan teori yang digunakan.

Penelitian yang ke sembilan berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai *Social Media Marketing* pada Sanggar Seni Pelangi Entertainment”** yang diteliti oleh Ahmad Nurkholik Ihtifahudin pada tahun 2022. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

media sosial Instagram sebagai social media marketing pada Sanggar Seni Pelangi Entertainment. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan yaitu konsep *social media marketing*. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan secara umum sadar untuk membentuk dan membangun sebuah dasar pedoman dalam memanfaatkan sebuah media sosial yang diperuntukan sebagai *social media marketing* untuk bisnis yang sedang di bangun, maka akan sangat membantu setiap proses kegiatan pemasaran di ranah media sosial itu sendiri. Secara khusus, dari adanya keseluruhan dimensi *social media marketing* yang meliputi *online communities, interaction, sharing of content, accessibility, dan credibility* di Sanggar Seni Pelangi Entertainment diketahui telah dimanfaatkan secara baik dan benar sebagaimana terdapatnya dasar-dasar pedoman maupun contoh dari pengupayaan yang mampu diterapkan oleh sanggar sendiri dalam melakukan segala proses kegiatan *social media marketing* di media sosial Instagram (Ihtifahudin, 2022). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan teori yang digunakan.

Penelitian yang ke sepuluh berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @tangerangkota oleh Pemerintah Daerah Kota Tangerang dalam Meningkatkan Kualitas Media Informasi Digital”** yang diteliti oleh Ari Apriyansa, Laksmana Rajwa Pandega dan Rif’at Dwiki Haiqal pada tahun 2025. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram oleh Pemkot Tangerang sebagai media komunikasi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemkot Tangerang berhasil memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi terkait program-program pemerintah dan kegiatan kota. Meskipun demikian, tantangan dalam menangani *hoax* dan komentar negatif masih perlu mendapat perhatian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram efektif sebagai sarana komunikasi publik, namun memerlukan perbaikan lebih lanjut untuk mengatasi tantangan yang ada dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat (Apriyansa et al., 2025). Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian dan *platform* yang digunakan, dimana sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif

deskriptif dan *platform* media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, fokus penelitian dan tujuan penelitian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*)

Teori *uses and gratifications* pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 dalam sebuah artikel sebagai tanggapan terhadap Bernard Berelson, yang menyatakan bahwa penelitian komunikasi mungkin mengalami stagnasi. Kemudian, teori ini secara resmi dikenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* (Sondakh et al., 2020). Menurut Daryanto & Rahardjo dalam Lestari & Rohmah (2023), studi mengenai *uses and gratifications* memfokuskan perhatian pada media dalam penggunaannya (*uses*) dimana akan berpengaruh pada kepuasan (*gratifications*) seseorang, hal itulah memunculkan istilah *uses and gratifications*.

Menurut Nurudin dalam Sondakh, dkk. (2020), teori ini mengatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhannya. Dengan kata lain, pengguna memiliki kendali dalam proses komunikasi dan dapat menentukan alternatif yang paling sesuai untuk memenuhi keinginannya. Menurut Effendy dalam Sondakh, dkk. (2020), yang menjadi permasalahan utama bukan terletak pada bagaimana media mempengaruhi sikap dan perilaku audiens, melainkan pada bagaimana media berperan dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial mereka. Dengan demikian, audiens memiliki peran aktif dan secara sadar memanfaatkan media untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Morissan dalam Meilinda, dkk. (2023), teori *uses and gratification* menyatakan bahwa setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam menghadapi, menggunakan, dan merespons konten media, tergantung pada perbedaan sosial dan psikologis masing-masing. Teori ini memandang individu sebagai pihak yang rasional dan selektif dalam memilih media, namun juga membuka ruang bagi kritik. Dalam model ini, perhatian bergeser dari proses penyampaian pesan ke cara penerimaan pesan oleh audiens (Meilinda et al., 2023). Teori ini mengasumsikan bahwa khalayak yang memanfaatkan media massa memiliki motif tertentu, dan ketika motif tersebut terpenuhi, maka kebutuhan mereka dianggap telah terpenuhi. Dengan demikian, media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mampu memenuhi kebutuhan audiens dapat dikategorikan sebagai media yang efektif (Kriyantono, 2010).

Menurut Anisah, dkk. dalam Sutandi & Selvia (2024) terdapat lima asumsi dasar dalam teori *uses and gratification*, yaitu:

1. Pengguna berperan aktif dalam memanfaatkan media dengan tujuan tertentu.
2. Pengguna secara sadar mengambil inisiatif untuk menghubungkan pemenuhan kebutuhan mereka dengan pilihan media yang digunakan.
3. Setiap media bersaing dengan media lain dalam memenuhi kebutuhan pengguna.
4. Pengguna memiliki motivasi, ketertarikan, dan kesadaran diri dalam menggunakan media, sehingga mampu memberikan gambaran yang tepat mengenai manfaat media tersebut.
5. Pengguna dapat menilai dan menentukan nilai dari isi suatu media berdasarkan pengalaman dan kebutuhan mereka.

2.2.2 Pemanfaatan

Ada beberapa definisi pemanfaatan yang dikemukakan oleh para ahli, yang pertama menurut Golung, dkk. (2023), pemanfaatan merupakan hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna. Kemudian menurut Poerwadarminto (2002), pemanfaatan merupakan kegiatan, proses, cara atau tindakan yang ada menjadi berguna. Lalu menurut Davis (1989), pemanfaatan merupakan konsep penggunaan yang dimaknai sebagai suatu proses, metode dan aktivitas dalam memanfaatkan suatu objek (Ilma, dalam Julianti & Dwivayani, 2023). Yang lainnya menurut Purnamasari & Purnantara (2024), pemanfaatan merupakan suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih bermanfaat atau dengan kata lain yaitu berfaedah (Purnamasari & Purnantara, 2024). Dan yang terakhir menurut Seels & Richey dalam Melsika & Annova (2024), pemanfaatan merupakan aktivitas menggunakan proses dan sumber untuk belajar.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan merupakan proses atau metode untuk melakukan tindakan yang berguna. Ini mengacu pada bagaimana seseorang memanfaatkan waktu yang tersedia untuk membuka informasi atau menjalankan tugas dengan baik (Rahmawati et al., 2024).

2.2.3 Media Sosial

2.2.3.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah *platform* berbentuk aplikasi dan situs web yang beroperasi dengan teknologi berbasis internet. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan terhubung dengan berbagai individu, mulai dari orang-orang terdekat hingga mereka yang sebelumnya belum dikenal (Arsyad, 2022). Menurut Nasrullah dalam Rosmalina & Khaerunnisa (2021), media sosial adalah media internet yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membangun hubungan sosial secara virtual.

Media sosial merupakan perwujudan nyata dari media baru berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Berbeda dengan media konvensional yang masih mengandalkan cetak sebagai sarana utama, media sosial menawarkan keterlibatan aktif bagi siapa saja yang ingin berpartisipasi. Pengguna dapat memberikan *feedback* terbuka, berbagi komentar, serta menyebarluaskan informasi dengan cepat dan tanpa batasan. Media sosial sendiri terdiri dari tiga elemen utama, yaitu konten, komunitas, dan teknologi Web 2.0 (Aditia, 2021). Menurut Ahlqvist, dkk. dalam Aditia (2021), perkembangan media sosial memberikan pengaruh signifikan pada tiga area, yaitu masyarakat, perusahaan, dan lingkungan lokal. Selain itu, media sosial mengintegrasikan berbagai model komunikasi, termasuk majalah, forum internet, blog, sosial blog, *microblogging*, wiki, jejaring sosial, serta *platform* berbagi gambar dan video.

2.2.3.2 Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Indriyatno dalam Fitriani (2021) media sosial memiliki berbagai ciri-ciri, antara lain:

1. Bersifat Terbuka

Semua pengguna memiliki kesempatan untuk membuat akun tanpa batasan.

2. Halaman Profil Pengguna

Tersedia menu profil yang memungkinkan pengguna menampilkan informasi pribadi mereka.

3. Interaksi dengan Pengguna Lain

Pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain melalui fitur seperti *like*, *comment*, *share* dan sebagainya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.3.3

Karakteristik Media Sosial

Menurut Widyasari, dkk. (2018) dalam bukunya yang berjudul *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, karakteristik utama yang harus dimiliki sebuah *platform* media sosial antara lain:

1. Platform yang Berbasis Pengguna

Sebelum media sosial mendominasi era digital, konten yang ada di sebuah situs bersifat satu arah, di mana pembaruan dan perubahan sepenuhnya bergantung pada satu pihak, yang dikenal sebagai *webmaster*. Namun, dengan hadirnya media sosial, kontrol atas konten kini berada sepenuhnya di tangan pengguna *platform* tersebut.

2. Bersifat Sangat Interaktif

Dalam setiap *platform* atau situs media sosial, interaksi antar pengguna menjadi sangat penting.

3. Pengguna Merupakan Pembuat Konten

Sebagai *platform* yang berbasis pada pengguna, media sosial memberikan kendali penuh kepada masing-masing individu atas konten yang mereka bagikan. Hanya saja, jenis konten (tulisan, gambar, video, atau audio) yang dapat dipasang di masing-masing *platform* memang berbeda-beda.

4. Pengguna Bebas Menentukan Sendiri Pengaturan Akunnya

Setiap *platform* media sosial menyediakan opsi pengaturan akun atau laman yang memungkinkan pengguna menyesuaikan tampilan serta fitur yang ingin ditampilkan sesuai dengan preferensi mereka.

5. Bergantung pada Hubungan atau Interaksi antar Pengguna Hingga Komunitas yang Terbentuk

Semakin luas jaringan hubungan antar pengguna dalam suatu *platform* media sosial, semakin tinggi pula peluang terjadinya interaksi. Selain itu, semakin banyak komunitas yang terbentuk berdasarkan minat yang sama yang dimiliki oleh masing-masing pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.3.4 Manfaat Media Sosial

6. Memberikan Peluang Koneksi yang Tak Terbatas

Media sosial memberi pengguna kebebasan untuk terhubung dengan siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Pengguna dapat menjalin kembali komunikasi dengan teman lama atau berinteraksi dengan individu dari negara yang belum pernah mereka ketahui atau kunjungi sebelumnya, selama memiliki akses ke internet.

Menurut Widyasari, dkk. (2018), media sosial memiliki beberapa manfaat antara lain:

1. Sebagai Media Komunikasi Digital

Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan siapa saja, kapan pun, dan di mana pun melalui koneksi internet. Sementara itu, bagi organisasi, media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi digital yang dapat digunakan untuk berhubungan dengan masyarakat secara lebih luas.

2. Sebagai Sarana Pembelajaran dan Pengembangan Diri

Melimpahnya informasi di dunia maya membuat media sosial menjadi salah satu alat yang efektif untuk pembelajaran serta pengembangan diri.

3. Sebagai Media Hiburan

Konten yang tersedia di *platform* media sosial saat ini sangat beragam, menjadikannya salah satu sarana hiburan yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

4. Sebagai Tempat Membuka Lapangan Pekerjaan

Perkembangan media sosial telah melahirkan berbagai peluang pekerjaan, seperti *content creator*, penulis artikel, serta penjual produk atau barang. Profesi-profesi ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk menjalankan aktivitasnya.

5. Sebagai Media Pemasaran

Luasnya jangkauan media sosial menjadikannya sebagai salah satu alat utama yang dimanfaatkan organisasi untuk meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital di era modern.

2.2.3.5 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Andreas dalam Widyasari, dkk. (2018), jenis-jenis media sosial antara lain:

1. Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*)
Situs yang memungkinkan pengguna untuk berkontribusi dalam pembuatan dan pembaruan konten secara kolaboratif. Contohnya Wikipedia.
2. Blog dan *Microblog*
Platform ini merupakan salah satu bentuk awal dan sekaligus cikal bakal pengembangan media sosial. Pengguna diberikan kebebasan untuk menciptakan konten, yang pada tahap awal lebih banyak berupa tulisan dan disusun dalam urutan kronologis. Contohnya Twitter.
3. Komunitas Konten (*Content Communities*)
Sesuai namanya, ini merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi konten dalam tipe media yang berbeda-beda. Contohnya YouTube.
4. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)
Platform ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain dengan cara membuat profil yang berisi informasi pribadi, mengundang teman untuk melihat profil tersebut, serta berkomunikasi melalui pesan singkat. Contohnya Facebook.
5. *Virtual Game Worlds*
Platform ini menghadirkan simulasi dunia tiga dimensi, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dalam permainan menggunakan *avatar*, seolah berada di lingkungan nyata. Contohnya Mobile Legends.
6. *Virtual Social Worlds*
Platform yang mirip dengan *virtual game world*, tapi interaksi yang ditawarkan lebih bebas seperti simulasi kehidupan. Contohnya Second Life.

2.2.4 Instagram

2.2.4.1 Pengertian Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger dibawah naungan perusahaan yang mereka bangun sendiri yaitu Burbn inc. (Hargita, 2020). Instagram diciptakan pada akhir tahun 2010 sebagai upaya untuk menciptakan teknologi yang menggabungkan kecintaan mereka

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada fotografi dengan lokasi dan elemen berbagi dalam *platform* media sosial (Aripadono, 2020). Menurut Wifalin, Instagram adalah aplikasi berbagi foto maupun video yang dapat memungkinkan *user* atau pengguna untuk mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuknya ke Instagram sendiri (Mahendra, dalam Aisyah, dkk. 2022).

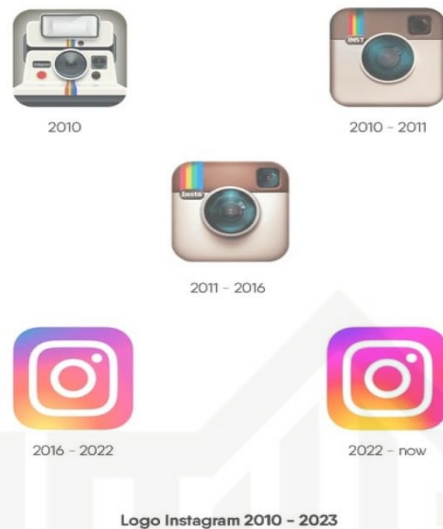
Menurut Hu & Kambhampati dalam Aripadono (2020), Instagram juga dapat memberikan pengalaman pada para pengguna untuk mengabadikan dan berbagi momen hidup mereka bersama orang-orang terdekat melalui rangkaian gambar dan filter yang dapat dimanipulasi. Nurgayatri dalam Tama, dkk. (2022) juga mengatakan konten di Instagram dapat disimpan sebagai kenangan dan dapat dilihat di kemudian hari seperti kolase pada album foto namun bentuknya digital. Pengguna juga dapat mencantumkan informasi berupa *caption*, *tag*, dan lokasi sesuai keinginan pengguna pada unggahan foto atau video tersebut (Ningsih, 2023). Foto atau video yang diunggah nantinya akan terlihat di laman *feed* pengguna lain yang menjadi follower atau pengikut kita (Aisyah et al., 2022).

Nama Instagram sendiri terdiri atas dua kata, yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, yang artinya Instagram dapat menunjukkan gambar-gambar secara instan, seperti kamera polaroid di masanya yang sering disebut “foto instan”, sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, yang dimana diketahui cara kerjanya yaitu untuk mengirimkan informasi kepada khalayak secara cepat. Jadi, Instagram berasal dari kata instan dan telegram, karena Instagram bisa mengirimkan gambar, yang membuat informasi yang akan disampaikan terkirim dengan cepat (Armayani et al., 2021).

Pada 09 April 2012, Instagram diambil alih oleh Facebook dengan nilai sekitar \$1 milyar dalam bentuk tunai dan saham. Kemudian pada 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan, ikon, dan desain aplikasi yang baru. Ikon Instagram sendiri saat ini berbentuk kamera sederhana, dengan dipadu padankan warna seperti pelangi hidup dalam bentuk gradien. Perubahan ikon ini juga terinspirasi oleh ikon-ikon aplikasi sebelumnya (Lutfi, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1 Tranformasi Logo Instagram dari Waktu ke Waktu

Sumber. Instagram @osea.work

Berdasarkan data dari We Are Social: Digital 2020 Global Overview Report, Indonesia menduduki posisi keempat di dunia dan tertinggi di Asia sebagai pengguna Instagram terbanyak, dengan jumlah 63 juta pengguna aktif. Menurut Nasrullah, pada awalnya pengguna Instagram di Indonesia menggunakan Instagram hanya sebagai media hiburan dan berbagi momen tentang diri mereka kepada orang lain (pengikutnya). Namun seiring berjalannya waktu, banyak pengguna yang mulai menggunakan Instagram sebagai sarana berbagi dan menyebarkan informasi yang terjadi di masyarakat dengan cepat (Maaruf, dalam Hargita. 2020).

Hal menarik lainnya dari *platform* ini adalah dengan memanfaatkannya sebagai media penyebaran informasi, para pengguna dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta berkolaborasi dan berbagi ide atau opini melalui postingan (Anisah et al., 2021). Maka dari itu, Instagram dapat berpeluang besar menjadi tempat diskusi yang efisien. Terlepas dari perbedaan tempat, individu dan waktu, dengan memanfaatkan sajian informasi yang disediakan, para pengguna dapat berinteraksi dengan menggunakan fitur yang tersedia.

2.2.4.2 Fitur-fitur Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya, antara lain:

1. Profil dan bio, yaitu fitur yang berisi informasi mengenai akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram pengguna. Tampilan bio disajikan secara singkat (Hamzah et al., 2023).

2. *Follower* (pengikut) dan *following* (mengikuti), yaitu istilah untuk pengikut dan yang diikuti suatu akun Instagram. Kita dapat mengikuti akun pengguna lain, dan kita juga dapat diikuti oleh pengguna lain (Girsang & Sipayung, 2021).
3. Unggah foto dan video, yaitu fitur yang dapat digunakan pengguna untuk mengunggah foto ataupun video, dan kemudian unggahan tersebut akan muncul di *timeline followers* akun tersebut. Pengguna dapat mengunggah hingga sepuluh foto atau video per unggahan.
4. *Follow*, yaitu fitur yang berfungsi untuk mengikuti (*following*) dan pengikut (*follower*).
5. *Like*, yaitu suatu ikon berbentuk hati yang fungsinya untuk menyukai foto atau video yang diunggah di Instagram. Untuk melakukannya, tekan ikon *like* di bawah unggahan atau tap foto atau video dua kali.
6. Komentar, yaitu fitur yang fungsinya untuk mengomentari pada unggahan foto atau video antar sesama pengguna. Fitur komentar terletak dibawah unggahan foto atau video. Pengguna juga dapat menggunakan fitur *arobba* (@) dengan menambahkan *username* pengguna lain, agar mereka dapat melihat unggahan tersebut (Nirwana & Khuntari, 2021).
7. *Caption*, yaitu tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto atau video yang diunggah.
8. Tagar atau *Hastags*, yaitu fitur berbentuk tanda pagar (#) yang biasanya diletakkan didalam *caption*, yang fungsinya untuk memudahkan pengguna dalam mengelompokkan foto atau video yang diunggah agar pengguna lain juga dapat menemukan foto atau video sesuai dengan tema atau gambar yang diinginkan (Antasari & Pratiwi, 2022).
9. *Search and explore*, yaitu fitur untuk mencari akun pengguna lain hingga melihat konten atau unggahan pengguna lain. Pada tampilan *explore* berisi konten- konten yang paling banyak disukai para pengguna, dan foto atau video yang muncul berdasarkan algoritma Instagram.
10. *Share stories* atau *instastory*, yaitu sebuah fitur untuk mengunggah foto atau video tentang kehidupan sehari- hari yang hanya berlangsung selama 24 jam. Fitur ini dilengkapi dengan beberapa pengaturan tambahan seperti teks, musik,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stiker, tata letak, GIFs, dan lainnya. Instagram juga menambahkan efek video tambahan seperti boomerang dan hands-free. Selain itu juga dilengkapi filter untuk memperindah video atau foto yang akan diunggah (Armayani et al., 2021).

11. *Highlights* atau sorotan, yaitu fitur yang berisi kumpulan gambar, video atau kiriman yang telah diposting ke *instastory* sebelumnya. Kumpulan sorotan ini dapat dibuat menjadi beberapa kategori atau topik yang berbeda-beda (Sari, 2020).
12. *Reels*, yaitu fitur berbagi video dengan durasi 90 detik, yang dapat digunakan pengguna untuk mengunggah video pendek yang dapat diedit dan direkam langsung, serta dapat juga ditambahkan dengan efek suara dan musik, sehingga pengguna dapat berbagi video kepada sesama pengguna (Iqbal & Sembiring, 2024).
13. *Direct message* (DM), yaitu fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk mengirim pesan, foto, atau video kepada satu orang ataupun beberapa orang. Fitur ini juga memiliki pengaturan telepon dan *video call* sehingga pengguna dapat melakukan komunikasi melalui fitur tersebut.
14. *Geotagging* (tag lokasi), yaitu fitur untuk memasukkan lokasi pada foto atau video yang diunggah ke halaman utama. Sehingga *followers* atau pengikut dapat mengetahui lokasi di mana unggahan tersebut diambil.
15. *Story archive* (arsip cerita), yaitu fitur yang dimana postingan yang sudah sempat di *upload* atau diunggah dapat disimpan ke dalam sebuah arsip pribadi (Antasari & Pratiwi, 2022).

2.2.5 Media Komunikasi Pembelajaran

2.2.5.1 Pengertian Media Komunikasi Pembelajaran

Media komunikasi merupakan berbagai sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan, serta menyebarkan informasi. Oleh karena itu, media komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Di era modern, pengiriman informasi telah berkembang dengan pesat, menjadikan teknologi telekomunikasi sebagai pilihan utama dalam menyampaikan berita atau informasi. Kemajuan teknologi ini memungkinkan proses komunikasi yang semakin cepat, akurat, mudah, terjangkau, efektif, dan efisien (Fitriansyah & Aryadillah, 2020).

Pembelajaran merupakan terjemahan dari kata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

"instruction". Istilah ini lebih menekankan pada usaha yang direncanakan oleh peserta didik untuk terlibat dalam kegiatan belajar dengan memanfaatkan berbagai sumber belajar agar proses belajar dapat terjadi. Menurut İşman, dkk. dalam Rahman, dkk. (2023), dari sisi terminologi, teori Knirk & Gustafson menyatakan bahwa pembelajaran adalah suatu kegiatan yang dirancang oleh pendidik untuk membantu peserta didik menguasai kompetensi baru melalui proses yang sistematis, mulai dari tahap perancangan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan pembelajaran.

Menurut Jennah dalam Budiman (2022), media merupakan komponen sumber belajar atau sarana fisik yang mengandung materi instruksional di sekitar peserta didik yang dapat merangsang mereka untuk belajar. Oleh karena itu, media komunikasi pembelajaran dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, informasi atau bahan pembelajaran, sehingga mampu menarik perhatian, minat, pikiran, dan perasaan pelajar dalam proses pembelajaran untuk mencapai tujuan tertentu.

Media komunikasi pembelajaran merupakan alat atau pengenalan yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan materi pembelajaran dan berkomunikasi dengan pelajar, baik di dalam maupun di luar kelas (Aulia et al., 2024). Media komunikasi dalam pembelajaran mencakup berbagai jenis, seperti media berbasis manusia, cetakan, visual, audio-visual, komputer, serta perpustakaan sebagai sumber belajar. Dalam konteks pengajaran, komunikasi berperan penting agar interaksi antara pendidik dan peserta didik berlangsung efektif. Untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh peserta didik, pendidik perlu memanfaatkan media pembelajaran yang sesuai (Fitriansyah & Aryadillah, 2020).

Dalam proses pembelajaran, komunikasi memiliki peran krusial dalam menyampaikan tujuan pembelajaran. Komunikasi terjadi ketika terdapat pertukaran informasi antara individu, baik sebagai pengirim maupun penerima pesan. Menyadari pentingnya komunikasi dalam pembelajaran, UU No. 14/2005 menetapkan bahwa pendidik harus memiliki kompetensi sosial, termasuk kemampuan berkomunikasi yang efektif. Kemampuan ini tidak hanya mencakup komunikasi verbal dan nonverbal, tetapi juga keterampilan dalam memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi guna membangun hubungan baik dengan peserta didik,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.5.2

rekan kerja, pimpinan, orang tua, serta masyarakat luas (Hartatik & Lestari, 2021).

Manfaat Media Komunikasi Pembelajaran

Mengutip dari *Encyclopedia of Educational Research*, media komunikasi dalam pembelajaran memiliki berbagai manfaat, di antaranya: (Riswandari & Yuwita, 2021)

1. Meningkatkan perhatian pelajar terhadap materi yang disampaikan.
2. Menjadi dasar dalam perkembangan pembelajaran serta memperkuat pemahaman siswa.
3. Berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan keterampilan berbahasa dan pemahaman konsep.
4. Membangkitkan motivasi belajar dengan menghadirkan pengalaman yang lebih nyata melalui penggunaan media.
5. Penggunaan gambar bergerak merangsang pemikiran yang lebih sistematis dan berkelanjutan.
6. Menggantikan komunikasi verbal sebagai dasar dalam proses berpikir.
7. Memberikan variasi dalam metode pembelajaran sehingga menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan efisien.

2.2.5.3

Fungsi Media Komunikasi Pembelajaran

Menurut Sanjaya (2012) dalam bukunya yang berjudul *Media Komunikasi Pembelajaran*, media komunikasi pembelajaran bukan hanya sekedar menginformasikan gagasan atau menyampaikan sesuatu akan tetapi lebih dari pada itu. Ada empat fungsi komunikasi dalam proses pembelajaran, yakni:

1. Fungsi Menjelaskan

Dalam konteks ini, media pembelajaran memiliki peran penting yang dipengaruhi oleh tindakan pendidik. Media ini berfungsi sebagai sarana yang mendukung pendidik dalam menyampaikan informasi kepada pelajar. Informasi tersebut merupakan materi pelajaran yang telah disusun sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Oleh karena itu, dalam fungsi ini, media pembelajaran digunakan sebagai alat bantu untuk memperjelas dan memaparkan isi pelajaran secara lebih efektif.

2. Fungsi Menjual Gagasan

Fungsi ini diartikan bahwa isi dan sumber informasi berasal dari penyaji itu sendiri. Fungsi ini berfokus pada penyuguhan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ide-ide baru yang dapat dikritisi oleh penerima pesan. Selain itu, fungsi ini sering kali tidak secara langsung berkaitan dengan materi kurikulum yang tertulis, tetapi lebih kepada membantu komunikator dalam menyampaikan gagasan inovatif, terutama yang bertujuan untuk mencari solusi terhadap suatu permasalahan dalam pembelajaran.

3. Fungsi Pembelajaran

Fungsi ini merujuk pada peran media dalam proses belajar mengajar, yang tidak hanya sekadar menyampaikan informasi kepada pelajar, tetapi juga mendorong mereka untuk aktif dalam mencapai tujuan pembelajaran. Dengan demikian, dalam fungsi ini, media tidak hanya berperan sebagai penyaji informasi, tetapi juga mempertimbangkan peran pelajar sebagai penerima pesan, sehingga dapat merangsang keterlibatan mereka dalam pembelajaran secara lebih efektif.

4. Fungsi Administratif

Fungsi administratif merujuk pada penggunaan media sebagai sarana pendukung bagi lembaga pendidikan dalam menyampaikan informasi terkait administrasi akademik. Contohnya, media dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai deskripsi mata pelajaran atau mata kuliah, jadwal dan lokasi perkuliahan, waktu ujian, kontrak kredit, serta berbagai aspek administratif lainnya.

2.2.6 Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia

Penggunaan media sosial Instagram dan media sosial lainnya sebagai media komunikasi pembelajaran secara masif sebenarnya baru dimulai beberapa tahun lalu, tepatnya pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Media sosial yang awalnya mayoritas digunakan untuk berbagi momen menarik, namun kini juga digunakan untuk menyebarkan materi pembelajaran. Perusahaan teknologi berlomba-lomba menciptakan aplikasi yang mendukung proses pembelajaran. Begitu pula dengan Instagram, yang telah ada sejak 2013, menjadi lebih ramai digunakan karena kebutuhan akademik yang terus ada, seperti sektor lain pada saat itu (Zunurahma & Fahrezi, 2023).

Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pembelajaran adalah langkah yang tepat untuk mencapai penyampaian pesan pembelajaran yang efektif dan menghasilkan proses pembelajaran yang berkualitas. Generasi Z yang aktif di dunia maya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dengan mudah mengakses informasi dan pengetahuan, serta berpartisipasi dalam proses pembelajaran seperti bertanya dan menggali informasi lebih lanjut. Oleh karena itu, peran pendidik sebagai fasilitator sangat penting dalam menyediakan fasilitas yang mendukung proses pembelajaran untuk mengembangkan kapasitas diri pelajar (Zazin & Zaim, 2020).

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dalam komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia diharapkan dapat menciptakan pembelajaran yang sesuai dengan amanat undang-undang. Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan Bab IV pasal 19 mengenai Standar Proses menekankan bahwa proses pembelajaran di satuan pendidikan harus diselenggarakan secara interaktif, inspiratif, menyenangkan, menantang, dan memotivasi pelajar untuk berpartisipasi aktif, serta memberikan ruang yang cukup bagi prakarsa, kreativitas, dan kemandirian sesuai bakat, minat, dan perkembangan fisik serta psikologi pelajar. Pemanfaatan Instagram dalam komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia dapat dilakukan untuk mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial. Selama pembelajaran dapat memberikan edukasi kepada pelajar untuk bisa menggunakan media sosial secara bijak (Muftihah, 2023).

Dalam sebuah buku berjudul *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web* karya Brian Solis (2010), seorang pendiri komunitas *Social Media Club* yaitu Chris Heuer mengemukakan konsep 4C yang dapat menjadi indikator ideal dalam pemanfaatan media sosial Instagram dan media sosial lainnya. Tujuannya adalah untuk membuat sosial media mudah digunakan dan memenuhi tujuan pengguna. Konsep 4C tersebut meliputi: (Kinanti & Putri, 2020)

1) *Context: "How we frame our stories"*

Konsep *context* atau konteks merujuk pada bagaimana cara media membingkai sebuah pesan (informasi) dengan memperhatikan penggunaan bahasa maupun isi dari pesan yang akan disampaikan.

2) *Communication: "The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing"*

Konsep *communication* atau komunikasi merujuk pada bagaimana media berbagi pesan (informasi) seperti mendengar, merespon dan tumbuh dengan berbagi macam cara agar pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective"*

Konsep *collaboration* atau kerja sama merujuk pada bagaimana kedua belah pihak, yaitu media dan pengguna bekerja sama untuk membuat segala hal menjadi lebih baik. Dengan kerja sama antara sebuah media atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik lebih efektif dan lebih efisien.

- 4) *Connection: "The relationships we forge and maintain"*

Konsep *connection* atau koneksi merujuk pada bagaimana media memelihara hubungan dengan pengguna yang telah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan pengguna media sosial.

2.3 Konsep Operasional

Konsep yang akan dioperasionalkan dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan oleh Chris Heuer yang mengemukakan konsep 4C, yaitu *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* yang dapat menjadi indikator ideal dalam pemanfaatan media sosial Instagram dan media sosial lainnya. Konsep 4C tersebut meliputi: (Kinanti & Putri, 2020)

- 1) *Context: "How we frame our stories"*

Konsep *context* atau konteks merujuk pada bagaimana cara media membingkai sebuah pesan (informasi) dengan memperhatikan penggunaan bahasa maupun isi dari pesan yang akan disampaikan.

- 2) *Communication: "The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing"*

Konsep *communication* atau komunikasi merujuk pada bagaimana media berbagi pesan (informasi) seperti mendengar, merespon dan tumbuh dengan berbagi macam cara agar pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

- 3) *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective"*

Konsep *collaboration* atau kerja sama merujuk pada bagaimana kedua belah pihak, yaitu media dan pengguna bekerja sama untuk membuat segala hal menjadi lebih baik. Dengan kerja sama antara sebuah media atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik lebih efektif dan lebih

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

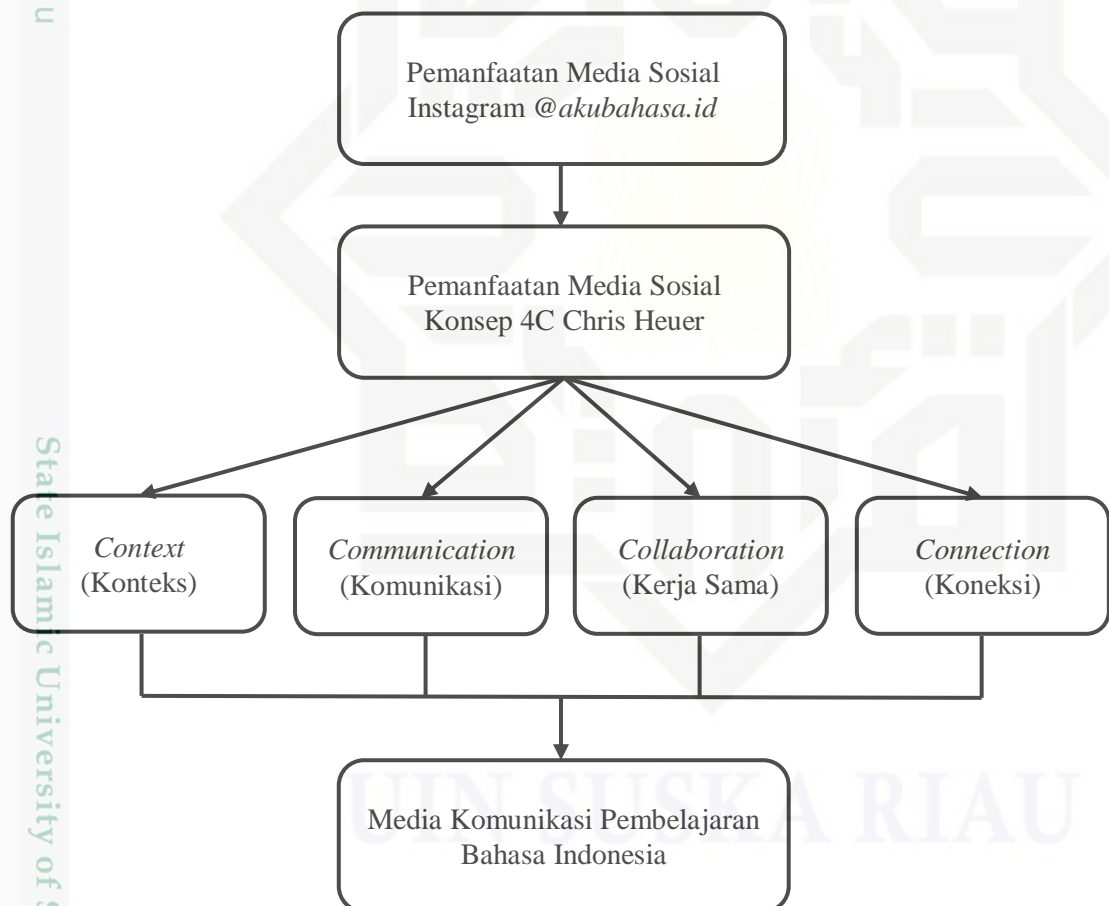
efisien.

4) *Connection: "The relationships we forge and maintain"*

Konsep *connection* atau koneksi merujuk pada bagaimana media memelihara hubungan dengan pengguna yang telah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan pengguna media sosial.

2.4 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pemaparan diatas, maka telah tergambarkan beberapa konsep yang akan menjadi acuan penelitian dalam melaksanakan penelitian ini. Kerangka teoritis diatas digunakan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian pemanfaatan Instagram *@akubahasa.id* sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia, peneliti menggunakan pendekatan konstruktivisme. Konstruktivisme merupakan pendekatan dalam bidang ilmu sosial dan pendidikan yang menitikberatkan pada keterlibatan aktif individu dalam mengembangkan pengetahuan mereka melalui pengalaman, interaksi dengan orang lain, serta refleksi terhadap pengalaman tersebut (Bofe & Adam, 2024). Menurut Creswell dalam Bofe & Adam (2024), dalam pendekatan konstruktivisme, individu berupaya memahami dunia di mana mereka bekerja dan hidup. Mereka menciptakan makna subjektif dari pengalaman mereka dan mengaitkannya dengan benda atau objek tertentu. Penelitian ini memakai pendekatan konstruktivisme karena menekankan pada realitas, hubungan antara peneliti dan objek yang dikaji, serta informasi yang harus diperoleh dari objek tersebut. Hubungan antara peneliti dan realitas harus bersifat interaktif. Oleh karena itu, perlu menggunakan prinsip triangulasi dengan menggunakan bermacam metode, sumber data dan lainnya (Wahyudewi et al., 2023).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitiannya yaitu deskriptif kualitatif. Menurut Sugiarto (2004), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasilnya tidak diolah melalui teknik hitungan atau statistik lainnya. Sebaliknya, mereka bertujuan untuk mengungkapkan gejala secara kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami, dengan peneliti menggunakan diri mereka sendiri sebagai instrumen utama. Menurut Moleong dalam Agustin, dkk. (2024), metode kualitatif bertujuan untuk menggambarkan pengalaman subjek penelitian dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang didasarkan atas fenomena yang diteliti.

Kemudian menurut Sukmadinata dalam Prabowo & Idris (2024), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik alamiah maupun rekayasa manusia, dengan menekankan pada beberapa komponen seperti pada karakteristik, kualitas, dan korelasi antar kegiatan. Penelitian deskriptif berlandaskan pada fenomena atau kejadian yang apa adanya, tanpa memberikan perlakuan lain, memanipulasi atau mengubah variabel-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel yang diteliti. Dalam melakukan penelitian, yang diberikan perlakuan hanya penelitian itu sendiri, melalui sesi observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dengan pemaparan desain penelitian di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana akun *@akubahasa.id* memanfaatkan media sosial Instagram untuk media pembelajaran bahasa Indonesia. Dengan mengaitkan fenomena tersebut dengan teori dan pendekatan yang digunakan, serta mendeskripsikan hasil penelitian secara apa adanya yang didapatkan dari wawancara dengan subjek penelitian dan dokumentasi sebagai bukti penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini peneliti pilih pada akun *@akubahasa.id* di media sosial Instagram, dengan waktu penelitian dari bulan Januari 2025 sampai Mei 2025.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya ialah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, dalam Ratyaningtyas, dkk. 2023). Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Bungin dalam Ratyaningtyas, dkk. (2023), data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama yang ada di lapangan. Kemudian menurut Sugiarto, data primer diperoleh dari sumber pertama, seperti wawancara individu atau kelompok (Candra & Rico, 2024). Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik akun Instagram *@akubahasa.id* dan beberapa pengikut akun tersebut.

2. Data Sekunder

Menurut Saryono dalam Ratyaningtyas, dkk. (2023), data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui pihak lain atau peneliti tidak memperolehnya dari subjek penelitiannya. Sugiarto dalam Candra & Rico (2024) juga mengatakan data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau sumber-sumber yang relevan dengan penelitian seperti jurnal, penelitian terdahulu dan internet. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel, dan bahan bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Informan Penelitian

Menurut Moleong dalam Ardiyanti, dkk. (2021), informan penelitian merupakan orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul penelitian karena informan tersebut berpotensi mengetahui data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah pemilik akun Instagram @akubahasa.id dan pengikut akun Instagram @akubahasa.id.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No.	Nama	Posisi
1.	Ali Hasan Asyari	Admin Akun Instagram @akubahasa.id
2.	Danta Aryasutra P.	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
3.	Nabila Azzahra	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
4.	Muhammad Dian	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
5.	Shilmy Sanrima	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
6.	Narani Ayumi	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
7.	Rama Hizaki Al-Fath	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id
8.	Fadhil Ramadhan	Pengikut Akun Instagram @akubahasa.id

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto dalam Wanah dkk. (2024), teknik pengumpulan data adalah pendekatan yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yang menunjukkan adanya suatu yang abstrak, bukan dalam bentuk objek yang jelas, tetapi melalui penggunaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

1) Wawancara

Menurut Kriyantono (2010) dalam bukunya yang berjudul Teknis Praktis: Riset Komunikasi, wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Menurut Sugiyono dalam Saputra & Rangkuti (2023), wawancara adalah pertemuan di mana dua orang bertemu untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab, yang memberi makna pada topik tertentu.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur (*non-structured interview*). Menurut Nasution (2023), wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, di mana peneliti tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan pedoman wawancara yang sistematis untuk mengumpulkan data. Pedoman wawancara hanya menggunakan garis besar masalah yang akan ditanyakan.

2) Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono dalam Saputra & Rangkuti (2023) merupakan catatan kejadian yang sudah berlalu, yang berbentuk tulisan, gambar, foto, video atau karya-karya monumental milik seseorang. Dalam pengumpulan data, dokumentasi terdiri dari kumpulan beberapa penguat data seperti dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian (Creswell dalam Saputra & Rangkuti. 2023). Dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya. Dalam studi dokumentasi juga memberikan wawasan tentang sejarah, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang terkait dengan subjek penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan hal yang penting, karena menjadi salah satu bahan bukti bagi peneliti selama melakukan observasi pada akun Instagram @akubahasa.id.

3.6 Validitas Data

Menurut Afrizal (2016) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif, validitas data berarti bahwa data yang telah terkumpul dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, untuk menentukan validitas data bukan semata dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah informannya, melainkan salah satunya didasari oleh ketepatan atau kesesuaian sumber data yang diperlukan. Salah satu teknik untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian kualitatif adalah menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data dengan menggunakan sumber di luar data utama yang gunanya sebagai medium pengecekan atau pembandingan terhadap data utama (Husnullail et al., 2024). Pada prinsipnya, teknik triangulasi mengedepankan informasi yang dikumpulkan atau dicari dari berbagai sumber yang berbeda-beda agar tidak terjadi bias. Menurut Afrizal (2016), pada intinya berarti terdapat informan atau sumber data yang berbeda-beda, yang tujuannya untuk memperkuat data dan membuat peneliti yakin terhadap kebenaran dan kelengkapan data.

Norman K. Denkin berpendapat bahwa triangulasi merupakan kombinasi atau gabungan berbagai pendekatan yang digunakan untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari berbagai sudut pandang dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perspektif yang berbeda. Hingga saat ini, gagasan Denkin telah digunakan oleh para peneliti kualitatif dalam berbagai bidang. Ia berpendapat bahwa triangulasi terdiri dari empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode; (2) triangulasi antarpeneliti—jika penelitian dilakukan dengan kelompok; (3) triangulasi sumber data; dan (4) triangulasi teori.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber data. Peneliti dapat mengumpulkan data dari berbagai informan serta meningkatkan kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh selama penelitian melalui berbagai sumber atau informan (Susanto et al., 2023). Dengan harapan dapat memperkuat dan memvalidasi kebenaran data yang didapat di lapangan.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses pencarian dan penyiapan data dari berbagai sumber, seperti pengamatan langsung, catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, dan lainnya, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan temuannya kepada orang lain (Ratyaningtyas et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Mereka berpendapat bahwa dalam menganalisis data penelitian perlu melalui 3 tahapan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan menarik kesimpulan (*conclusion drawing/verification*) (Nasution, 2023).

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah tahapan yang menitikberatkan pada penyederhanaan, abstraksi, dan perubahan data mentah dari dokumen tertulis yang diperiksa (Millah et al., 2023). Menurut Nasution (2023), reduksi data juga berarti merangkum, memilih data dan memfokuskan pada hal-hal yang paling penting, mencari tema dan polanya, serta membuang data-data yang dianggap tidak terlalu penting. Data yang dipilih adalah data yang dianggap paling relevan dengan subjek penelitiannya. Tujuan dilakukannya reduksi data juga agar peneliti fokus dari mencari kesimpulan dari penelitian tersebut.

Dalam reduksi data terdapat beberapa proses, yakni *coding* (pengkodean), identifikasi tema, review tema, klasifikasi data, dan meringkas data (Ratyaningtyas et al., 2023).

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang disusun dan datanya dikelompokkan secara sistematis sesuai dengan pokok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah untuk memungkinkan penarikan kesimpulan (Martin et al., 2022). Menurut Gambaran dalam Millah, dkk. (2023), informasi yang disajikan dalam penyajian data harus sederhana, jelas, dan mudah dibaca agar pengamat mengerti dengan apa yang peneliti sajikan sebagai bahan analisis atau bahan perbandingan yang lebih lanjut.

3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Menurut Ratyaningtyas, dkk. (2023), penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir dalam analisis data, yang dimana kesimpulan baru bisa didapatkan ketika semua data sudah terkumpul dan tahapan analisis sebelumnya yaitu reduksi dan penyajian data telah tuntas dilakukan. Setelah melakukan semua tahapan tersebut, barulah peneliti bisa menarik kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian. Penarikan kesimpulan juga dapat dilakukan selama berada di lapangan, dilakukan secara terus-menerus dan secara longgar (tidak mengikat), terbuka dan skeptis. Dalam menarik kesimpulan selama pelaksanaan penelitian, perlu dilakukan beberapa verifikasi seperti, 1). Meninjau ulang catatan lapangan, 2). Bertukar pikiran antar peneliti untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, serta 3). Menentukan langkah-langkah untuk memposisikan salinan suatu temuan ke dalam kumpulan data yang lain (Millah et al., 2023). Namun, kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara dan akan terus berubah jika ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya (Nasution, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran Akun Instagram @akubahasa.id

Akun Instagram @akubahasa.id berdiri sejak tahun 2018, tepatnya pada 20 September 2018. Akun Instagram @akubahasa.id ini dikelola oleh sepasang suami istri yang memiliki latar belakang akademik yang berbeda, yaitu Ali Hasan Asyari yang memiliki latar belakang sarjana Ilmu Komputer dan istrinya, Desi Ari Sandi yang memiliki latar belakang sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Mereka merupakan mahasiswa lulusan Universitas Pendidikan Indonesia dan berdomisili di Bandung, Jawa Barat.

Latar belakang dari terbentuknya akun Instagram @akubahasa.id sendiri ialah didasari atas ide dari Desi Ari Sandi yang ingin merealisasikan topik skripsi yang pernah ia buat yaitu tentang media pembelajaran bahasa Indonesia berbasis *motion graphic* ke dalam sebuah konten dan kemudian dipublikasikan. Dengan harapan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang bahasa Indonesia secara kreatif dan informatif. Di awal terbentuknya akun Instagram @akubahasa.id sebenarnya memiliki tim berjumlah tujuh orang yang terbentuk karena memiliki kesamaan hobi, yaitu membuat konten. Namun seiring waktu, karena kesibukan masing-masing anggota akhirnya akun Instagram @akubahasa.id hanya dikelola oleh Ali dan Desi.

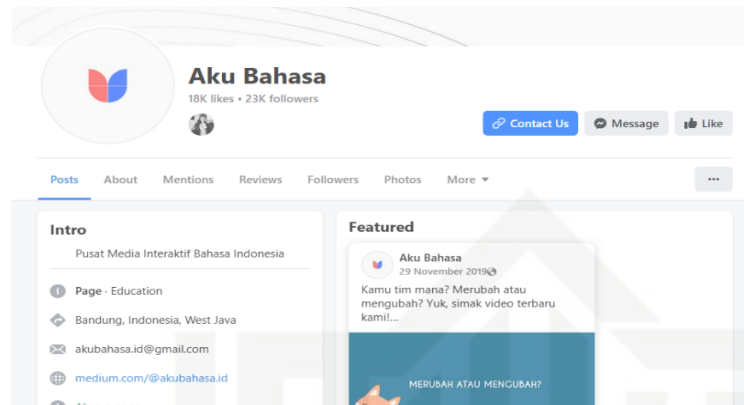
Tujuan dibuatnya akun @akubahasa.id ialah untuk memberikan ilmu pengetahuan tentang bahasa Indonesia, dari yang umum hingga yang asing diketahui masyarakat. Target audiens akun ini spesifiknya adalah pelajar, namun tetap bisa untuk diterima oleh semua kalangan selain pelajar. Karena banyak konten-kontennya yang membahas fenomena bahasa yang kerap terjadi di lingkungan masyarakat umum.

Akun @akubahasa.id sendiri sebenarnya tidak hanya ada di Instagram, namun juga ada di beberapa *platform* lain, yaitu YouTube, Facebook dan X. Berdasarkan wawancara dengan Ali selaku admin utama dari akun Instagram @akubahasa.id, awalnya konten yang dibuat itu melalui YouTube. Karena seperti tujuan diawal yaitu mengaplikasikan pembelajaran bahasa Indonesia berbasis *motion graphic* yang dimana berbentuk video animasi. Namun karena keterbatasan tenaga dan waktu, akhirnya kini konten yang dibuat difokuskan ke dalam bentuk visual infografis dan dipublikasikan di *platform* lainnya, yaitu Instagram, Facebook, dan X. Tetapi untuk sekarang, Instagram lebih difokuskan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai *platform* utama dalam publikasian konten karena kelebihan fitur di Instagram yang lebih memudahkan kerja kreator.



Gambar 4.1 Akun Facebook Aku Bahasa



Gambar 4.2 Akun YouTube Aku Bahasa

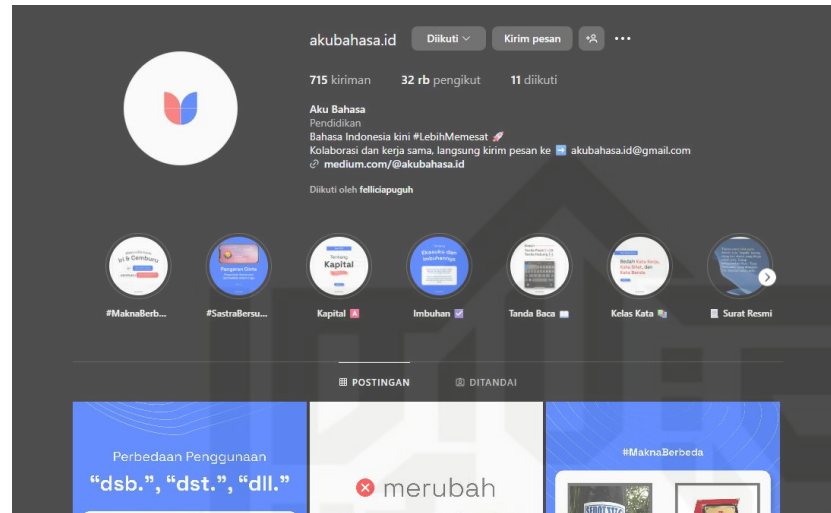


Gambar 4.3 Akun X @akubahasa_id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akun Instagram *@akubahasa.id* sendiri terhitung dari tahun 2018 hingga paruh awal tahun 2025 memiliki pengikut berjumlah 32 ribu dengan jumlah postingan berjumlah 715.



Gambar 4.4 Akun Instagram *@akubahasa.id*

4.2 Informasi Akun Instagram *@akubahasa.id*

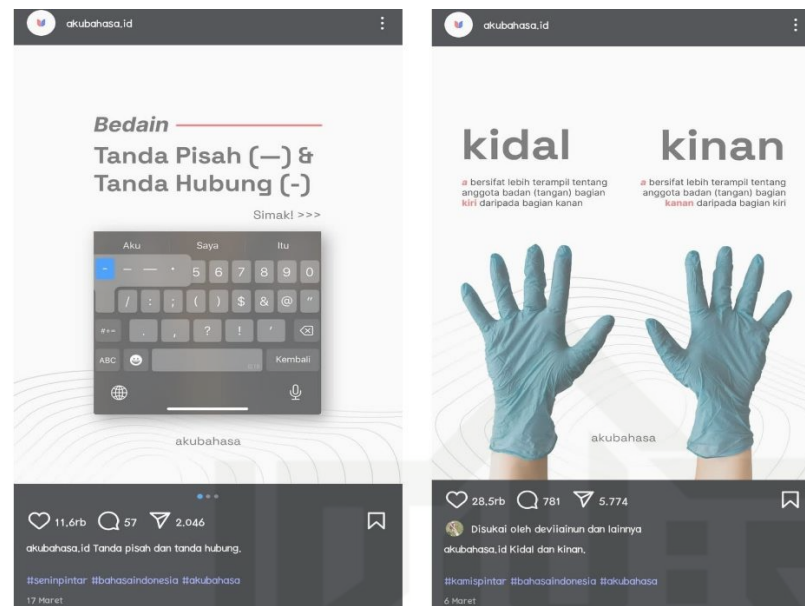
Akun Instagram *@akubahasa.id* membuat sebuah identitas merek berupa jargon dan tema konten, yang disisipkan ke dalam bentuk hastag atau tagar. Akun *@akubahasa.id* memiliki konsep jargon yang berbeda setiap tahunnya, yang memfokuskan pada kata ‘memasat’. Jargon-jargon yang pernah dibuat yaitu #literasimemasat, #makinmemasat, dan #lebihmemasat dan dengan diawali kalimat “Bahasa Indonesia Kini...”. Tahun ini, akun Instagram *@akubahasa.id* menggunakan jargon “Bahasa Indonesia Kini #LebihMemasat”. Adapun makna dari jargon ini ialah diharapkan orang-orang atau pengguna media sosial yang melihat dan belajar dari akun *@akubahasa.id* melalui konten-kontennya, kemampuan literasinya dapat berkembang dan meningkat.

Tema konten dalam akun Instagram *@akubahasa.id* dibuat dalam enam tema, yaitu #SeninPintar, #SelasaSastra, #RabuKatakataku, #KamisPintar, #JumatBahasa, dan #TebakTebakan. Masing-masing tagar memiliki bentuk konten yang berbeda.

Tagar #SeninPintar dan #KamisPintar berisi konten tentang pengetahuan umum bahasa Indonesia, yang disebut dengan konten seri kelas kata. Contoh kontennya seperti peraturan preposisi, verba, nomina, sinonim, akronim, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.5 Salah Satu Konten #SeninPinter dan #KamisPinter

Tagar #SelasaSastra berisi konten tentang makna suatu kata, seperti peribahasa dan penjelasan tentang salah satu tokoh sastrawan.

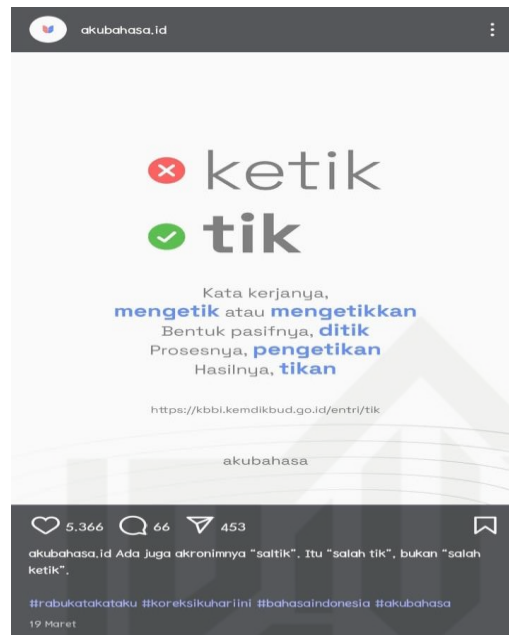


Gambar 4.6 Salah Satu Konten #SelasaSastra

Tagar #RabuKatakataku berisi konten tentang pengkoreksian kata yang masih asing atau sering disalahpahami oleh masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.7 Salah Satu Konten #RabuKatakataku

Tagar #JumatBahasa berisi konten tentang fenomena bahasa yang kerap dibicarakan di lingkungan masyarakat, contoh kontennya seperti bahasa prokem atau bahasa gaul yang kerap digunakan dalam kegiatan berkomunikasi.

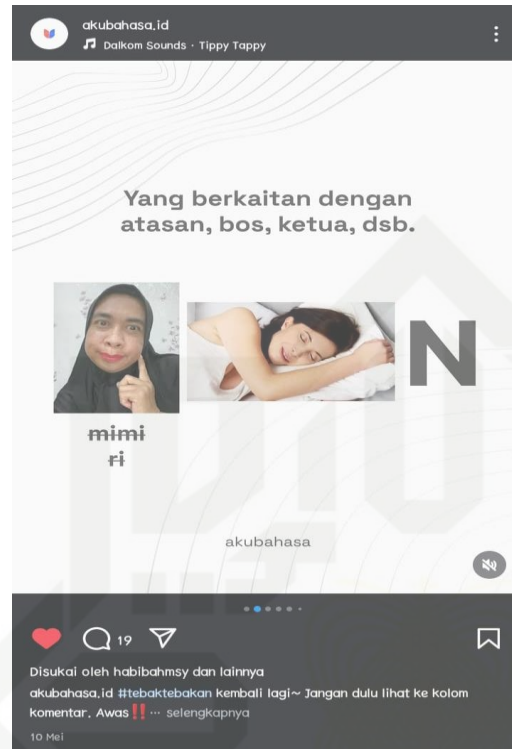


Gambar 4.8 Salah Satu Konten #JumatBahasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tagar #TebakTebakan berisi konten tentang menebak kata dari sebuah gambar.



Gambar 4.9 Salah Satu Konten #TebakTebakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti, kesimpulan yang dapat diambil terkait pemanfaatan media sosial Instagram @akubahasa.id sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia adalah bahwasannya akun Instagram @akubahasa.id telah memanfaatkan media sosial Instagram untuk membagikan konten-konten seputar pembelajaran bahasa Indonesia dengan baik. Dengan adanya akun Instagram @akubahasa.id, para masyarakat pengguna Instagram dapat mengakses informasi seputar pembelajaran bahasa Indonesia yang kebanyakan masih belum banyak dikaji lebih dalam di jenjang pendidikan formal. Sehingga dalam hal ini para masyarakat mendapat pengetahuan baru dan dapat bermanfaat dalam kebutuhan berbahasa mereka sehari-hari.

Akun Instagram @akubahasa.id memiliki tema-tema konten yang variatif dan konsisten dalam mengunggah konten-kontennya sehingga kian hari meningkatkan *insight* atau jangkauan dari postingan maupun dari pengikut. Dalam kontennya, akun Instagram @akubahasa.id menggunakan pemilihan kata yang santai, ramah, tetapi tetap menjaga kaidah bahasa yang benar agar tetap dapat dipahami dan diterima oleh pengikut. Komunikasi yang terjalin antara admin dan pengikut dilakukan melalui fitur kolom komentar, *direct message* atau DM, dan *question box* di *instastory* dan selama kegiatan komunikasi admin akun @akubahasa.id menggunakan gaya komunikasi yang fleksibel, seperti ringan, hangat, dan relevan. Dalam mengembangkan kualitas akun dan konten, admin @akubahasa.id melakukan kolaborasi dengan para pengikutnya, seperti saling bertukar ide konten. Dari kegiatan kolaborasi tersebut, antara admin dan pengikutnya membentuk sebuah koneksi, dimana admin akun @akubahasa.id akan selalu konsisten hadir, merespons masukan dengan tulus, serta menghargai masukan dari para pengikut. Dari tindakan tersebut akhirnya para pengikut memberikan apresiasi dengan memberikan *like*, *comment* dan *share*, dimana dalam hal ini semakin memperkuat koneksi antara akun Instagram @akubahasa.id dan para pengikutnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dengan menerapkan strategi berdasarkan konsep 4C, media sosial seperti Instagram tidak hanya dapat digunakan sebagai media hiburan saja namun dapat digunakan sebagai media komunikasi pembelajaran yang efektif dan inovatif, sehingga masyarakat akan semakin menyadari pentingnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempelajari bahasa Indonesia meskipun bahasa Indonesia merupakan bahasa sehari-hari.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti akan memberikan beberapa saran untuk dapat dijadikan bahan acuan dan evaluasi, antara lain:

1. Admin akun Instagram @akubahasa.id sebaiknya meningkatkan keterlibatan interaksi dengan para pengikut di kolom komentar agar menciptakan ruang diskusi yang lebih kondusif.
2. Admin akun Instagram @akubahasa.id sebaiknya memasukkan postingan *instastory* seperti *polling* dan *question box* ke dalam sorotan atau *highlight* agar dapat dilihat dan dipelajari lagi oleh para pengikut.
3. Admin akun Instagram @akubahasa.id sebaiknya lebih berkreasi dalam membuat konten, dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram lainnya, seperti membuat video pendek melalui fitur *reels* atau mengadakan kelas bahasa melalui fitur *live* atau siaran langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harfa Creative.
- Ratyaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Karimudin, Aminy, M. H., Saputra, N., Khaidir, & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561417>
- Sanjaya, W. (2012). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/3618da30-9ecc-4289-90af-aec37f0bcf79>
- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., Rokayah, Wihartono, W., Sinuraya, N. E., Lestari, S. C., Finaka, A. W., Oscario, N., Sejati, D. F., Pamungkas, C. A., Riswan, H., Syarifuddin, A., Fa, D., & Riswan, H. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Jurnal

- Aditia, R. (2021). Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.24123/soshum.v2i1.4034>
- Agung Ayu Nirmala Purnamasari, G., Buah Buni dalam Produk Olahan Minuman Wine Kaya Antioksidan, P., & Made Hadi Purnantara, I. (2024). Utilization of Buni Fruit (*Antidesma bunius* (L. Spreng) in Processed Wine Products Rich in Antioxidants. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 03(3), 434–440. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i3>
- Agustin, D. I., Claretta, D., & Interpersonal, K. (2024). Efektivitas Komunikasi Interpersonal dalam Dukungan Sosial terhadap Penerimaan Diri Penderita Bipolar. *JHIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(2), 1643. <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Aisyah, S., Sagiyanto, A., & Kussanti, D. P. (2022). PERAN MEDIA SOSIAL

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SELF DISCLOSURE PADA AKUN INSTAGRAM @sacessahci. *Komunikata*57, 3(2), 100–106. <https://doi.org/10.55122/kom57.v3i2.590>

Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN LITERASI KESEHATAN PADA MAHASISWA. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2).

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *KINESIK*, 9(2), 176.

Apriyansa, A., Pandega, L. R., & Haiqal, R. A. D. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tangerangkota OLEH PEMERINTAH DAERAH KOTA TANGERANG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS MEDIA INFORMASI DIGITAL. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(3), 111–120.

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

Ardiyanti, H., Kustandi, C., Cahyadi, A., Elihami, & Pattiasina, P. J. (2021). Efektivitas Model Pembelajaran Daring Berbasis TikTok. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*, 5(3), 285–293. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

Aripardono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>

Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3).

Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>

Aulia, D., Sulaiman, M., & Siregar, T. R. A. (2024). Manfaat Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Pada Kelas IV B SD IT Ar-Ridha Pantai Cermin, Tanjung Pura. *TADRUSUUN: JURNAL PENDIDIKAN DASAR*, 3(2), 275–285.

Bofe, G. C. J., & Adam, A. (2024). PENERAPAN PELAYANAN KESEHATAN BERBASIS APLIKASI OLEH DINAS KESEHATAN MELALUI TELAAH PARADIGMA KONSTRUKTIVISME. *Jurnal Kesehatan Dan Kedokteran*, 3(2), 1–6. https://doi.org/https://doi.org/10.56127/juk_eke.v3i2.1274

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau
- Budiman. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 2(2), 149–156. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/eunoia/index>
- Caesarina, G. D. (2022). EFEKTIVITAS MEDIA INSTAGRAM @ITTELKOMSURABAYA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM SURABAYA. *The Commercium*, 5(1), 182–192.
- Candra, D. A., & Rico, A. (2024). ANALISA BISNIS PETERNAKAN AYAM PEDAGING DENGAN SISTEM KANDANG TERTUTUP PADA “CV. ANUGERAH” DI KABUPATEN KEDIRI. *AGRIOVET*, 5(2).
- Damanik, R. R., & Tambotoh, J. J. C. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Pencarian Informasi dan Media Komunikasi Menggunakan Model Uses and Gratification. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(5), 1251–1261. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i5.4814>
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIALSEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Fitriani, Y. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Fitriansyah, F., & Aryadillah. (2020). Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online. *CAKRAWALA: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(2), 111–117. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i2>
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). PERAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA BUKIT INDAH SIMARJARUNJUNG KABUPATEN SIMALUNGUN (PASCA PANDEMI COVID-19). *JURNAL DARMA AGUNG*, 29(3), 416–428.
- Golung, J. R. L., Anis, F. H., & Pongkorung, F. (2023). TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENYALAHGUNAAN PEMANFAATAN LAHAN DI SEMPADAN DANAU TONDANO. *LEX PRIVATUM*, 11(4).
- Hamzah, I. H., Bahfiarti, T., Sultan, M. I., Magister, P., & Komunikasi, I. (2023). PERSONAL BRANDING PT. VALE INDONESIA DI INSTAGRAM. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(2).
- Hargita, B. S. (2020). INSTAGRAM SEBAGAI INOVASI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA BERBASIS BLENDED LEARNING: KAJIAN PENDAHULUAN. In *Prosiding Sembadra Universitas Sriwijaya* (Vol. 2, Issue 1).
- Hartatik, S. F., & Lestari, H. D. (2021). PENGGUNAAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS. *Jurnal Nomosleca*, 7(1), 45–56. <https://doi.org/10.26905/nomosleca>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau
- Husnailail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA DALAM RISET ILMIAH. *Journal Genta Mulia*, 15(2).
- Ihtifahudin, A. N. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA SANGGAR SENI PELANGI ENTERTAINMENT. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 9(1), 1–9.
- Indriyani, T., & Nurjaleka, L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Jepang. *JLA (Jurnal Lingua Applicata)*, 6(2), 74. <https://doi.org/10.22146/jla.78723>
- Iqbal, M., & Sembiring, E. B. (2024). Analisis Video Reels Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram @ruasjaricoffee. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 8(1), 2548–6853. <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- Julianti, R., & Dwivayani, K. D. (2023). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN SEKS DALAM KONTEN @MAGDALNEID (Studi Pada Organisasi Pusat Informasi Konseling Remaja PURI SMAN 4 Berau). *EJournal Lmu Komunikasi*, 11(3), 2502–2597.
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53–64.
- Lestari, A. T., & Rohmah, A. N. (2023). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK EKSISTENSI DIRI PADA KONTEN KREATOR IRFAN GHAFUR. *EJournal S1 Ilmu Komunikasi*, 2023(1), 167–176.
- Lutfi, M. (2020). EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI DIGITAL MARKETING MELALUI OTOMATISASI INSTAGRAM. *Jurnal TRANSFORMASI*, 16(2), 60–73.
- Martin, Y., Montessori, M., & Nora, D. (2022). Pemanfaatan Internet sebagai Sumber Belajar. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3). <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i3>
- Meilinda, R., Purwanti, S., & Arsyad, A. W. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENCIPTAKAN PERSONAL BRANDING PADA BEAUTY VLOGGER MEYFANG. *EJournal S1 Ilmu Komunikasi*, 2023(4), 49–59. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/>
- Meivanda, R. M., & Zuhri, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Akun @photose.id. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1), 691–702. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Melsika, & Annova, F. (2024). ANALISIS PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN SEKOLAH SEBAGAI SUMBER BELAJAR. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Kearifan Lokal*, 4(6), 705–708.
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Eris, R. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2023.
- Millenia, L. P., Gemiharto, I., & Risanti, Y. D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Akun Instagram @bittersweet_by_najla. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 5(2), 25–37. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/Telangke>
- Muftihah, N. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Indonesia*, 1(1), 26–34.
- Nadhira, D. F., Muslimin, E., & Widoyo, A. F. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH AKHWAT CREATIVE PROJECT (ACP). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 491–500. <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). Harfa Creative.
- Ningsih, D. R. (2023). Pengaruh Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. *Coution: Journal of Counseling and Education*, 4(1).
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PADA @CELYNE.OFFICIAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.147>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Oktaviani, R. E., & Nursalim. (2021). PRINSIP-PRINSIP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA SD / MI. *PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1).
- Prabowo, Y. A., & Idris, M. (2024). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL LURAH DALAM PEMBINAAN PEMUDA DAN REMAJA DI KELURAHAN TANJUNG MARULAK KECAMATAN RAMBUTAN KOTA TEBING TINGGI. *At-Tadzkir: Jurnal Penelitian Dan Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Prayoga, A. N., & Primadani, B. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy. *EProceedings of Management*, 8(3).
- Putri, C. E., Hamsinah, H., & Arsyilla, N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @divisihumaspolri Sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 69–81. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S., & Kurnawati,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- W. O. I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran. *Journal on Education*, 05(03), 10646–10653.
- Rahmawati, D., Kurnia, W., Rahima, D., Amri, U., Fadillah, S., & Agustia, N. R. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(6), 2118–7453.
- Ratyaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Karimudin, Aminy, M. H., Saputra, N., Khaidir, & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561417>
- Riswandari, N., & Yuwita, N. (2021). PERANAN MEDIA KOMUNIKASI PEMBELAJARAN BAGI ANAK PENYANDANG DISLEKSIA. *Jurnal Heritage*, 9(2), 223–230. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE>
- Rosmalina, A., & Khaerunnisa, T. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Kesehatan Mental Remaja. *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal*, 4(1), 49–58. <http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/prophetic>
- Saputra, S., & Rangkuti, P. W. (2023). The Application of Digital Marketing to MSMEs Mandiri Maju Jaya Store. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 701–713. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i1.2384>
- Sari, M. T. (2020). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram @austinpubliclibrary: Studi di Austin Public Library Texas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(4).
- Setiawan, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun @nanisaproject). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Siahaan, C., Salomo, & Adrian, D. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2843. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @GEPREKEXPRESS DALAM MEMPROMOSIKAN RESTORAN GEPREK EXPRESS. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 2502–2597. <http://www.SimplyMeasured.com>
- Sugrah, N. (2020). IMPLEMENTASI TEORI BELAJAR KONSTRUKTIVISME DALAM PEMBELAJARAN SAINS. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 19(2), 121–138.
- Sunarto, I., Saputra, D., & Haya, A. F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Kemuning Lor Arjasa Kabupaten Jember. *Seminalu*, 1(1). <http://prosiding.unipar.ac.id/index.php/seminalu>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1). <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Sutandi, S., & Selvia, S. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Mandarin Dan Budaya Tiongkok. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(2), 83–97. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Tama, N. A., Murdiningrum, S., & Rahayu, S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL MEDIA INSTAGRAM @DINKESDKI DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT SELAMA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(1).
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Wahyudewi, K. S., Ridwan, W., & Hamsinah. (2023). Aplikasi Layanan Kesehatan “Si Pandai Kemas Tangsel” oleh Dinas Kesehatan. *Jurnal Cyber PR*, 3(1), 74–84.
- Wanah, N., Pramita, A. A., & Prayogo, M. S. (2024). Penerapan Strategi Kooperatif Learning Mata Pelajaran IPA Materi Alat Panca Indera Manusia Kelas IV di SDN Jatisari 02. *INKUIRI: Jurnal Pendidikan IPA*, 13(1), 124–129. <https://doi.org/10.20961/inkui.v13i1.74839>
- Zazin, N., & Zaim, M. (2020). MEDIA PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA GENERASI-Z. *Proceeding Antasari International Conference*, 1(1).
- Zunurahma, F. C., & Fahrezi, G. (2023). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DALAM SEGMENT #BELAJARBARENGCITA. *Bestari: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pengajarannya*, 1(2), 137–145.

Website

- Kumparan. (2020). Sebut Pelajaran Bahasa Indonesia Tak Penting, Video Pria Ini Tuai Kecaman. Kumparan. Diakses pada 19 Mei 2025, dari https://kumparan.com/berita_viral/sebut-pelajaran-bahasa-indonesia-tak-penting-video-pria-ini-tuai-kecaman-1uF3HMBMB67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1

NASKAH WAWANCARA PENELITIAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @akubahasa.id SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA

Pertanyaan wawancara untuk admin Instagram @akubahasa.id:

- 1) Apa yang membuat Anda pada akhirnya menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran bahasa Indonesia?
- 2) Bagaimana pemilihan kata atau penggunaan bahasa yang dilakukan saat membagikan informasi dan menuliskan *caption* pada akun @akubahasa.id?
- 3) Jenis konten apa yang biasanya di-*upload* dan konten apa yang paling banyak disukai pengikut?
- 4) Bagaimana cara Anda menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengikut akun @akubahasa.id di Instagram?
- 5) Bagaimana cara Anda menghindari kesalahpahaman dalam konten yang Anda buat?
- 6) Bagaimana akun @akubahasa.id menjalin komunikasi dengan para pengikut? Fitur apa yang biasa digunakan dalam kegiatan komunikasi?
- 7) Bagaimana cara Anda agar membuat pengikut Anda nyaman saat berinteraksi dengan akun @akubahasa.id?
- 8) Bagaimana cara Anda menyesuaikan gaya komunikasi dengan para pengikut Anda?
- 9) Apakah Anda pernah melakukan kerja sama dengan perusahaan/event/akun Instagram lainnya atau bahkan dengan pengikut akun @akubahasa.id?
- 10) Kalau pernah, kerja sama seperti apa yang dilakukan dan apa keuntungan yang didapatkan dalam kerja sama tersebut?
- 11) Bagaimana strategi yang Anda lakukan untuk menjaga dan memelihara koneksi yang sudah terjalin dengan pengikut akun @akubahasa.id?
- 12) Apakah terdapat *feedback* dari pengikut melalui *like*, *comment* dan *share* pada setiap postingan?

Pertanyaan wawancara untuk pengikut Instagram @akubahasa.id:

- 1) Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti akun Instagram @akubahasa.id? apakah untuk hiburan, informasi, atau pembelajaran?
- 2) Bagaimana pendapat Anda terkait pemilihan kata atau penggunaan bahasa yang digunakan di dalam konten-konten akun @akubahasa.id?
- 3) Menurut Anda, apa konten di akun @akubahasa.id yang paling menarik minat Anda?
- 4) Apakah Anda merasa konten yang disampaikan oleh akun @akubahasa.id relevan dan bermanfaat bagi Anda?
- 5) Menurut Anda, apakah konten yang dibuat oleh akun @akubahasa.id dapat menambah pengetahuan kebahasaan Anda?
- 6) Apakah Anda pernah berkomunikasi langsung dengan akun @akubahasa.id?
- 7) Bagaimana menurut Anda interaksi antara admin akun @akubahasa.id dengan pengikutnya di Instagram? Apakah ada respons yang cepat dan baik?
- 8) Bagaimana pandangan Anda terkait gaya komunikasi yang digunakan oleh akun @akubahasa.id dalam membuat konten maupun saat berinteraksi dengan pengikut?
- 9) Apakah Anda pernah menggunakan akun @akubahasa.id di Instagram sebagai sumber informasi untuk kegiatan *event*, promosi atau pengumuman penting?
- 10) Apakah Anda pernah membantu memberikan ide untuk konten di akun @akubahasa.id? seperti memberikan rekomendasi konten, menanggapi QnA di *instastory*, atau yang lainnya?
- 11) Menurut Anda apakah dengan akun @akubahasa.id membangun kerja sama dengan pihak lain dapat memaksimalkan konten pembelajaran bahasa Indonesia?
- 12) Apakah koneksi yang dibuat oleh akun @akubahasa.id dengan para pengikutnya membuat Anda merasa dekat?
- 13) Apakah Anda sering memberi *feedback* berupa *like*, *comment*, dan *share* pada postingan di akun @akubahasa.id?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 2

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004

Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052

Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 30 April 2025

Nomor B-1266/Un.04/F.IV/PP.00.9/04/2025

Sifat Biasa

Lampiran 1 (satu) Exp

Hal Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,
Akun Instagram @akubahasa.id
Di

Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: DEVI AINUN FITRIANINGSIH
N I M	: 12140321064
Semester	: VIII (Delapan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Pemanfaatan Instagram @akubahasa.id sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia".

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :

"Akun Instagram @akubahasa.id"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan



Prof. Dr. Imron Rosidl., S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan