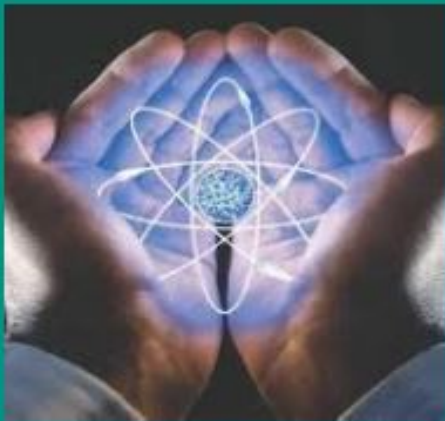


Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Reception Of Umsida Students To “Umsida1912 Instagram” As A Media Of Information On Umsida Students 'Activities

*Resepsi Mahasiswa Umsida Terhadap “Instagram Umsida1912”
Sebagai Media Informasi Kegiatan Mahasiswa Umsida*

Rama Bagus Satria, ramabagusr@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Ainur Rochmaniah, ainur@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

Instagram can be used as a mass communication medium that can reach a wide audience in the digital world, and Instagram users can be categorized as active audiences to play a role in giving meaning to various accounts, especially official accounts at an organization / company / university. No exception the official account from UMSIDA (Muhammadiyah University of Sidoarjo). This account is expected to be a medium of communication between UMSIDA and UMSIDA students. The purpose of this study was to see Umsida Student Reception on "1912 Umsida Instagram" as an Information Media for Umsida Student Activities. This type of research is descriptive qualitative and focuses on the meaning of UMSIDA students (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). The object of this research is Instagram Umsida 1912 and the subjects of this research are students who are followers / followers of the 1912 Umsida Instagram account. The informants are students who are members of UKM (Student Activity Unit) members of HIMA (Student Association) and students who are active in Other organizations outside, the technique of determining informants using purposive sampling, with data obtained from in-depth interviews. The method used in this research is the encoding-decoding reception analysis method by Stuart Hall, where the reception includes perception, thought, preference, and interpretation. The results obtained from this study indicate that the different receptions / meanings by the informants based on the experience and background of each informant are influenced by internal and external factors of the informants that Umsida Instagram is considered to be still lacking in providing information on student activities medically however, Instagram Umsida has advantages in providing information about PMB (New Student Admissions).

Published date: 2021-08-21 00:00:00

Berkomunikasi merupakan salah satu ciri yang menandakan bahwa manusia adalah makhluk sosial. Komunikasi saat ini sangatlah berbeda dengan komunikasi yang ada pada era dahulu, dimana saat itu komunikasi mengharuskan setiap manusia untuk selalu bertatap muka dengan lawan bicaranya. Namun semua sudah berubah dengan adanya era digital, manusia sudah tidak lagi dituntut untuk saling bertatap muka karena peranan dari media baru yakni media sosial yang sangat mempengaruhi proses dalam berkomunikasi bagi manusia di era ini.

Media sosial sendiri yang ada pada saat ini ada banyak macamnya, semakin variatif dan interaktif seperti, *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan lain sebagainya. Di setiap media sosial masing-masing membawa tampilan antar muka yang berbeda dan keunggulannya sendiri, fitur yang diberikan sangat beragam sehingga dapat menarik minat masyarakat luas yang ingin menggunakannya sebagai konsumen digital. Diantara berbagai media sosial yang ada, *Instagram* merupakan media sosial yang banyak diminati oleh berbagai kalangan. Hal ini terlihat dari intensitas, dan antusias masyarakat Indonesia yang telah menggunakan *Instagram* sebagai media baru mereka sehingga mendapatkan posisi ke-3 terbanyak penggunaannya setelah *Youtube* dan *Facebook*.

Pengguna *Instagram* pun bervariasi mulai dari perorangan, hingga suatu institusi juga telah menggunakan *Instagram* sebagai media sosial mereka, sebagai sarana untuk mempromosikan suatu institusi juga sebagai media informasi. Beragam institusi yang telah memakai *Instagram* sebagai contoh, Restoran Cepat Saji, Aplikasi Tranpostasi, Bank, Brand *Fashion*, Brand Transportasi, Sekolah, dan Universitas.

Banyak universitas menggunakan akun *Instagram* sebagai media informasi dan media komunikasi. Hal ini juga berlaku pada UMSIDA yang menggunakan akun *Instagram* sebagai @umsida1912. Akun tersebut mengunggah berbagai informasi termasuk pelaksanaan kegiatan FORTAMA. Selain itu akun tersebut juga menggunakan *Instagram* sebagai media komunikasi yaitu dengan mempersilahkan pengikut akun tersebut untuk bertanya apapun yang berkaitan dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh UMSIDA. Namun, tujuan dari adanya akun tersebut belum tercapai secara optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari masih ditemukan adanya komunikasi sepihak pada kolom komentar serta kurangnya pemanfaatan fitur yang tersedia pada aplikasi *Instagram*.

Kurang optimalnya penggunaan akun *Instagram* @umsida1912 memunculkan berbagai resepsi yang beragam pada mahasiswa terhadap akun *Instagram* @umsida1912. Resepsi mahasiswa yang diteliti oleh peneliti adalah resepsi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) Semester 6, karena menurut peneliti pada angkatan tersebut mahasiswa UMSIDA sudah cukup memiliki kemampuan dalam memahami dan terlibat aktif pada perkembangan akun *Instagram* @umsida1912.

Resepsi yang diteliti oleh peneliti, juga sejalan dengan teori *encoding/decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori *encoding/decoding* Stuart Hall ini mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi). *Encoding* adalah proses menerjemahkan yang dilakukan oleh produsen terhadap suatu hal, sementara *decoding* adalah proses menerjemahkan yang dilakukan khalayak terhadap pesan yang diperoleh dari produsen. Resepsi meliputi persepsi, pemikiran, preferensi, dan interpretasi.

Teori Resepsi adalah teori yang menekankan pada peran khalayak dalam menerima pesan bukan pada peran pengirim pesan. Resepsi merupakan suatu tanggapan oleh audience yang sedang menikmati sebuah karya seseorang, dalam hal ini adalah sebuah resepsi dari mahasiswa UMSIDA sebagai audience terhadap akun @umsida1912 pemilik sebuah karya.

Salah satu solusi yang dapat digunakan untuk mengetahui resepsi mahasiswa terhadap akun *Instagram* @umsida1912 yaitu melalui analisis resepsi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cahya Tunshorin Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2016. Penelitian dengan judul "Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta" hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa dalam beberapa kondisi informan milik *Negotiation reading* dan *Dominant reading*. Usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman serta lingkungan sekitar informan juga mempengaruhi cara informan memberikan makna.

Dengan melihat dari hal tersebut, menjadi suatu ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk meneliti tentang **"Resepsi Mahasiswa Umsida Terhadap "Instagram Umsida 1912" Sebagai Media Informasi Kegiatan Mahasiswa Umsida (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo SEMESTER 6)"**.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dan penelitian ini telah memfokuskan pada analisis resepsi, yaitu ilmu yang menguji tentang khalayak melakukan kegiatan penerimaan melalui pemaknaan isi pesan yang disampaikan media. Analisis Resepsi sendiri menurut Stuart Hall dalam Morrison menjelaskan, bahwa di dalam analisis resepsi terdapat proses *decoding* terhadap pesan yang dibagi menjadi 4 hal yaitu, persepsi, pemikiran, preferensi dan interpretasi.

Analisis resepsi dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut, dan konsekuensi sosial apakah yang muncul. Subyek penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) semester 6 yang ditentukan melalui Teknik *sample bersyarat*, sedangkan objeknya adalah akun resmi milik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) di *Instagram* dengan nama @umsida1912 yang menjadi media informasi

tentang kegiatan mahasiswa UMSIDA.

Dalam penelitian ini analisis resepsi diawali dengan menentukan informan menggunakan Purposive Sampling (Sampel bersyarat) yaitu pengambilan informan didasarkan pada pertimbangan peneliti. Dimana peneliti mempertimbangkan informan mahasiswa Semester 6 sebagai informan karena dalam segi waktu sudah cukup lama terlibat langsung dalam mengamati dan berinteraksi dengan akun instagram @umsida1912.

Sehingga informan dianggap telah memiliki kemampuan dan mengerti akan permasalahan terkait dengan akun instagram @umsida1912. Kriteria yang digunakan untuk memilih para informan sebagai berikut :

- Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan rentang usia 18 - 20 tahun
- Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang aktif menggunakan media sosial instagram.
- Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan tahun 2017 yang terlibat aktif dalam berinteraksi dengan akun instagram @umsida1912

Adapun untuk pemilihan tempat penelitian merupakan atas kesepakatan bersama antara peneliti dengan informan dan disesuaikan dengan kajian peneliti. Dalam teknik penganalisisan data ini, penulis menggunakan analisis resepsi dengan teori resepsi dari Stuart Hall untuk sebuah penelitiannya dan dilakukan secara dekskriptif kualitatif melalui hasil Analisa dari hasil indepth interview dengan Informan dan dari indepth interview peneliti mencari pernyataan tentang Resepsi Mahasiswa Umsida Terhadap "Instagram Umsida 1912" Sebagai Media Informasi Kegiatan Mahasiswa Umsida (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Semester 6).

Hasil *indepth interview* dari informan dikategorikan menjadi 4 faktor yakni, Persepsi, Pemikiran, Referensi, serta Interpretasi, dari keempat kategori itu peneliti menganalisis hasil wawancara tersebut untuk mengetahui resepsi mahasiswa terhadap Instagram UMSIDA.

Persepsi

Persepsi merupakan sebuah pengalaman tentang suatu obyek, melalui panca indra manusia dengan kata lain persepsi menggambarkan sebuah reaksi dan kesan dari informan melalui panca indra mereka terhadap Instagram @umsida1912. Persepsi berawal dari kesan pertama ketika informan melihat Instagram @umsida1912 pada saat FORTAMA yang selalu dicanangkan di setiap sesi acara pada FORTAMA. Hal ini mmeberikan kesan tersendiri dalam benak informan, sehingga muncul perhatian khusus terhadap akun Instagram @umsida1912.

Sesuatu yang dapat memikat perhatian informan, biasanya dapat berupa Tampilan dan Pengulangan terhadap hal tersebut, seperti ketika FORTAMA informan dibuat penasaran oleh panitia karena adanya pengulangan yang selalu mengingatkan untuk berperan aktif di Instagram ketika acara dimulai dengan cara mention / men-TAG atau menandai Instagram @umsida1912 apabila ada mahasiswaa yang ingin mengupload kegiatan. Informan mampu memberikan kesan pertama pada Instagram @umsida1912 karena proses penangkapan melalui panca indra mereka.

Namun setelah informan memberikan perhatian mereka pada akun instagram @umsida1912, pandangan mereka terhadap akun tersebut berkurang setelah akun tersebut dirasa kurang menarik perhatian mereka sehingga mengurangi minat mereka untuk tetap memperhatikan akun itu.

Kurangnya perhatian informan terhadap akun instagram @umsida1912 dapat dilihat dari kurangnya minat mereka untuk memberikan komentar pada postingan karena bagi informan postingan yang dikirimkan oleh akun *Instagram* @umsida1912 kurang menarik dalam segi konten terlihat kurang dinamis dan terkesan kaku.

Pemikiran

Pada unit kedua yakni pemikiran, pemikiran merupakan perbuatan individu dalam menimbang-nimbang, menguraikan, menghubungkan-hubungkan sampai pada akhirnya mengambil keputusan, karena salah satu fungsi pemikiran adalah menetapkan keputusan. Pemikiran merupakan hasil dari proses berpikir. Factor personal yang mempengaruhi proses berfikir untuk mengambil suatu keputusan adalah motif.

Pemikiran merupakan sebuah motivasi dimana berasal dari diri informan maupun dari lingkungan sekitar informan yang mempengaruhi penerimaan informan pada akun instagram @umsida1912. serta perilaku informan dalam menimbang-nimbang hingga akhirnya mengambil keputusan. Motivasi memberikan pengaruh pada perhatian informan, ketika informan menyukai dan menerima akun instagram @umsida1912, tingkat kesukaan dan penerimaan ini dapat bertambah ataupun berkurang tergantung pada konsistensi informan terhadap penerimaan mereka kepada akun instagram @umsida1912.

Seperti salah satu informan yang kehilangan motivasinya untuk tetap konsisten dalam memperhatikan akun instagram @umsida1912 karena dirasa tidak ada kepentingan yang dapat mendesaknya untuk mengikuti lebih lanjut terhadap akun instagram @umsida1912 sehingga tidak mem-follow akun instagram @umsida1912 serta dirasa kurangnya akun tersebut dalam memanfaatkan semua fitur yang tersedia pada aplikasi instagram.

Adapun informan yang lain masih termotivasi untuk tetap menunggu adanya unggahan / *postingan* dari akun instagram @umsida1912, karena ingin merasakan suasana suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh kampus apabila informan tersebut tidak dapat mengikutinya karena suatu halangan sehingga dapat melihat dari *postingan* yang berupa video atau pun *Instagram Live*.

Preferensi

pada unit ketiga yakni preferensi, preferensi merupakan suatu tindakan seseorang dalam memilih suatu produk baik, berupa barang atau jasa berdasarkan minat mereka, Preferensi juga didefinisikan sebagai tindakan subjektif yang dilakukan oleh audience dalam memberikan rangking/tingkatan yang diukur dari utilitas dari bundle yang diberikan baik berupa barang/jasa. Sehingga resepsi Mahasiswa UMSIDA terhadap akun *Instagram* @umsida1912 dapat menunjukkan sebuah preferensi yang dilihat dari hasil wawancara terhadap informan. Informan menyatakan walau akun instagram @umsida1912 dapat menjadi media informasi, namun bagi informan masih dirasa kurang cukup untuk menjadi media utama mereka dalam mencari informasi akademik dan non-akademik sehingga informan lebih memilih untuk mendapatkan informasi keluarganya serta dari website UMSIDA yang dirasa lebih lengkap dan tampilannya sedikit lebih menarik.

Interpretasi

Interpretasi di definisikan sebagai "meletakkan rangsangan bersamaan dengan rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna". Interpretasi berhubungan erat dengan sejarah atau pengalaman masa lalu, karena interpretasi merupakan pemahaman seseorang akan bukti dan teori-teori yang sudah di bentuk dari informasi yang sudah ada

Sehingga resepsi Mahasiswa UMSIDA terhadap akun *Instagram* @umsida1912 dapat menunjukkan sebuah interpretasi dimana pengalaman yang dimiliki oleh informan terhadap akun instagram kampus lain yang menyebabkan munculnya interpretasi terhadap akun instagram @umsida1912. Menurut infroman akun instagram @umsida1912 masih tidak lebih menarik dari akun instagram pada kampus lain, bahkan dengan sesama kampus muhammadiyah.

Bagi informan instagram umsida sangat membantu perihal postingan tentang ke-PMB-an karena instagram UMSIDA sangat fokus terhadap hal tersebut, namun dilain hal bagi informan kampus lain sangat memperhatikan tentang kegiatan yang dilakukan mahasiswa bentuk perhatian yang diberikan berupa memposting poster event mahasiswa atau merepost postingan dari akun UKM, BEM, HIMA dan akun ekstarkulikuler mahasiswa lainnya, serta lebih banyak melibatkan mahasiswa dalam segi konten yang akan di posting. Sehingga informan berharap bahwa akun @umsida1912 mampu melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan oleh kampus lain agar lebih menarik.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Resepsi Mahaiswa UMSIDA sebagai informan dengan latar belakang dari berbagai fakultas dan prodi yang berbeda adalah cenderung sama, yakni mereka menilai bahwa akun *Instagram* @umsida1912 dinilai kurang menarik dalam segi konten yang diposting pada akun tersebut.

Hal ini didasari oleh adanya pertimbangan-pertimbangan pada diri informan yang didapat dari membandingkan akun instagram @umsida1912 dengan kampus lain serta kampus sesama muhammadiyah.

Yang dapat dilihat pada unit persepsi informan tertarik untuk memperhatikan akun instagram @umsida1912 berdasarkan pada rasa penasaran yang mereka miliki, pada unit pemikiran yakni motivasi setiap informan berbeda karena faktor yang pada dalam diri informan yang mempengaruhi keputusan mereka,

Dalam unit prefensi informan menyatakan bahwa akun instagram @umsida1912 bukanlah media utama mereka untuk mendapatkan informasi kegiatan mahasiswa, mereka lebih memilih website karena dirasa lebih lengkap dan menarik.

Dan terakhir pada unit interpretasi informan pengalaman informan sebelum dan sesudah membandingkan akun kampus lain dengan akun instagram @umsida1912 dirasakan adanya hal positif bahwa adanya kemungkinan bagi akun instagram @umsida1912 untuk berkembang menjadi akun yang lebih menarik dan mampu melibatkan mahasiswa dalam setiap pembuatan konten yang akan diposting.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Allah SWT yang memberikan karunia nya dan memudahkan segala urusan saya serta kepada kedua Orang Tua saya, Bapak Dekan, Ibu Kaprodi dan semua Dosen yang memberikan ilmu selama perkuliahan. Terutama Terimakasih kepada Dosen pembimbing saya yang sudah membimbing saya dengan sabar sampai selesai. Terimakasih juga kepada semua teman" seperjuangan yang mendoakan dan memberikan support kepada peneliti.

References

1. Davis, H. (2004). *Understanding Stuart Hall*. London: Sage Publication
2. Danesti, M. [E-Book] 2013. *Encyclopedia of Communication*. University of Toronto Press
3. Thunsorin, C. (2016). Analisis Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. e-JURNAL UIN-SuKa, 09(1), 4-6.
4. McQuail, D. 2004. "McQuail's Reader in Mass Communication Theory". London : SAGE Publication.
5. Morrison, MA. [dkk]. 2010. *Teori Komunikasi Massa : Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor : PT Ghalia Indonesia
6. Billy, S., Skripsi: "Analisis Resepsi Terhadap Rasisme dalam Film (studi analisis resepsi film 12 years a slave pada mahasiswa multi etnis)". Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
7. Rakhmat, J., 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
8. Simamora, Bilson. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
9. Indarto, Rossi P. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone*. [Tesis]. Jakarta: Program Studi Magister Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
10. Mulyana, D. 2010. *Ilmu Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
11. Burton Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : JALASUTRA