

STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MAHASISWA

Ria Listianingrum^{1*}, Ana Fitriana Poerana², Weni A. Arindawati³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang, Jawa Barat - Indonesia
*ria.listianingrum98@gmail.com

Abstract

The Instagram account @fisipunsika is an Instagram account used by the admin (communicator) as a medium of communication in providing information to students. The purpose of this study was to find out how the communication strategy carried out by unsika physicists through Instagram media in providing information to students. The research informants were determined by purposive sampling based on certain criteria, using primary and secondary data sources. This research is descriptive qualitative in nature, while the theory used is Lasswell's theory. The results of this study are (1) the communication strategy carried out by unsika physical communicators through Instagram media in providing information to students, namely the admin trying to learn an easy application for sharing information and the techniques performed by the admin as a communicator are not too complicated, only changing the message in verbal into images using the Canva application, (2) the communication strategy of composing messages carried out by the admin of Instagram Fisip UnSika is considered to be able to provide very effective information to students by determining themes and materials with an orientation in order to be able to provide information to students.

Keywords: Communication Strategy, Social Media, Instagram

Abstrak

Akun instagram @fisipunsika merupakan akun instagram yang digunakan oleh admin (komunikator) sebagai media komunikasi dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan fisip unsika melalui media instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. Informan penelitian ditentukan secara purposive sampling berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, sementara teori yang digunakan adalah teori lasswell. Hasil dari penelitian ini adalah (1) strategi komunikasi yang dilakukan komunikator fisip unsika melalui media intagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa yaitu admin berusaha mempelajari aplikasi yang mudah untuk *sharing* informasi dan teknik yang dilakukan oleh admin sebagai komunikator tidak terlalu rumit hanya merubah pesan dalam verbal menjadi gambar dengan menggunakan aplikasi canva, (2) strategi komunikasi menyusun pesan yang dilakukan oleh admin instagram fisip unsika dinilai mampu memberikan informasi yang sangat efektif kepada mahasiswanya dengan menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu memberikan informasi kepada mahasiswa.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, Instagram.

PENDAHULUAN

Fisip Unsika adalah salah satu fakultas yang ada di Universitas Singaperbangsa Karawang yang mempunyai tiga prodi yaitu Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan dan Hubungan Internasional. Fisip unsika memberikan informasi kepada mahasiswanya melalui media sosial instagram. Fisip unsika memanfaatkan perkembangan teknologi

informasi yang bertambah pesat ini untuk memberikan informasi terkait perkuliahan supaya lebih maksimal.

Kemajuan media sosial di Indonesia yang begitu pesat membuat komunikasi online semakin digemari dan menjadi salah satu media komunikasi terpopuler di Indonesia bahkan di dunia. Dengan dimudahkannya penggunaan media sosial serta informasi yang didapatkan

lebih cepat inilah yang menjadikan jaringan internet sebagai media komunikasi yang paling dipilih dan diminati oleh masyarakat. Media sosial sudah menjadi media komunikasi modern dengan berbagai macam fitur canggihnya melainkan juga menjadi tempat untuk memberikan informasi kepada mahasiswa.

Instagram ialah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Atmoko, 2012). Media sosial memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Di dalam media sosial tidak ada batasan-batasan untuk berinteraksi maupun batasan ruang dan waktu. Manusia dapat berinteraksi dengan yang lainnya dimanapun dan kapanpun tidak memperdulikan jauhnya jarak diantara mereka dan tidak mengenal siang maupun malam. Di dalam bidang pendidikan khususnya mahasiswa sangat terbantu dalam mencari informasi perkuliahan dalam akun instagram @fisipunsika.



Gambar 1. Tampilan Instagram Fisip Unsika (sumber: Instagram Fisip Unsika, 2020)

Akun instagram @fisipunsika merupakan salah satu akun media sosial di instagram yang memiliki 2.527 pengikut. Akun @fisipunsika mahasiswa fisip dapat mencari tahu berbagai informasi seperti jadwal perkuliahan, jadwal sidang, informasi mengenai beasiswa, magang dan lain sebagainya. Akun media sosial instagram @fisipunsika ini akun resmi fisip unsika yang

dikelola oleh staf. Akun @fisipunsika selalu update terkait informasi mengenai perkuliahan dan untuk mahasiswa yang ingin bertanya terkait perkuliahan bisa langsung komentar di kolom komentar atau bisa juga melalui DM (*Direct Messages*) nanti akan dijawab oleh admin tersebut.

Akun instagram @fisipunsika merupakan akun resmi khusus mahasiswa fisip. Akun ini sebelumnya dinamakan lab fisip, karena banyaknya mahasiswa yang menanyakan tentang fisip dan TU (Tata Usaha) akhirnya diganti dengan fisipunsika. Tujuan dibuatnya akun instagram @fisipunsika ini untuk memberikan informasi kepada mahasiswa fisip khususnya. Karena di tingkat universitas informasinya itu minim karena adanya keterbatasan, sehingga informasi dari Universitas kurang baik.

Website unsika sendiri juga tidak ada informasi yang *update*. Bahkan di media sosial lainnya seperti Twitter dan Facebook juga tidak ada informasi *update*. Jadi banyaknya fakultas lain juga membuat akun instagram masing-masing. Tetapi fakultas lain akun instagramnya dikelola oleh himpunan. Berbeda halnya dengan akun instagram @fisipunsika ini dikelola oleh staf. Untuk sebelumnya akun instagram fisip unsika dikelola oleh satu orang admin sedangkan saat ini admin yang mengelolanya menjadi 2 orang. Jadi masing-masing prodi bisa mengelolanya tidak hanya satu orang saja. Dan untuk prodi Hubungan Internasional saat ini belum ada admin yang mengelola instagram fisip unsika, jadi koorprodi Hubungan Internasional masih menumpang dengan admin prodi Ilmu Komunikasi jika ingin memposting pesan di akun instagram fisip unsika.

Dipilihnya media sosial instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi karena di Unsika ini mahasiswa banyak yang menggunakan instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya. Akun instagram juga informasinya lebih cepat sampai kepada mahasiswa. Dan tak jarang banyak juga yang DM (*Direct Messages*) menanyakan tentang info akademik. Dengan adanya akun instagram

@fisipunsika ini mahasiswa tidak akan ketinggalan informasi, karena akun ini selalu *update* bila ada informasi terbaru dan tak jarang nge-tag akun @comm_unsika dan @bemfisipunsika supaya informasi dapat sampai kepada mahasiswa. Dalam akun instagram@fisipunsika banyak sekali informasi yang bisa kita dapatkan seperti jadwal perkuliahan, jadwal sidang, jadwal perwalian, informasi mengenai semester pendek, info kkn, *job training*, kuliah umum, lomba, pkkmb, ldkm, kunjungan ke media visit dan rapat tahunan.

Strategi komunikasi dapat menentukan sukses atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif, begitupun dengan fisip unsika ini yang melakukan strategi komunikasi melalui media sosial instagram untuk memberikan informasi kepada mahasiswa. Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi harus bisa menunjukkan konsepnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berubah sesekali bergantung dari situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menjadi begitu penting dalam penyampaian informasi kepada mahasiswa, agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, efektif dan tepat sasaran. Strategi yang dilakukan instagram @fisipunsika ini dapat efektif apabila komunikasi yang dilakukan oleh admin instagram @fisipunsika sebagai komunikator yang menggunakan strategi dan melakukan proses dengan benar sehingga bisa mendapatkan efek yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menyatakan dalam strategi komunikasi terlebih dahulu harus membuat strategi supaya pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target yang diinginkan (Pasaribu dan Siregar, 2019). Sedangkan menurut Wike Mardiana dkk (2017), menyatakan strategi komunikasi sangat diperlukan untuk memperoleh informasi dalam proses memilah-milah informasi supaya mendapatkan efek yang diinginkan yaitu untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.

Di dalam instagram fisipunsika seorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat serta tingkah laku komunikasi dengan mekanisme daya tarik jika seorang komunikasi merasa jika komunikator turut serta dengannya, dengan demikian seorang komunikasi merasa dirinya mempunyai kesamaan dengan komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyesuaikan diri dengan komunikasi ini tentunya menimbulkan simpati komunikasi pada komunikator.

Berikutnya fokus perhatian ditujukan kepada pesan yang akan dikomunikasikan. Pesan terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan (*the content of message*) dan lambang (*symbol*) untuk mengekspresikannya. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi yakni teori lasswell : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* atau "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya".

Teori ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana cara admin instagram fisipunsika dalam memberikan informasi kepada mahasiswa sebagai pihak yang menjadi subjeknya dengan mahasiswa yang menjadi objek melalui strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial instagram. Teori ini menjelaskan bagaimana instagram sebagai media yang menyampaikan sebuah pesan dari komunikator kepada komunikasi dan memunculkan efek bagi penerimanya. Seorang komunikator akan berhasil melakukan komunikasi jika mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa ikut serta bersamanya.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi fisip unsika melalui media sosial instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metodologi ialah sebuah pendekatan umum dalam membahas permasalahan penelitian (Mulyana, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan data deskriptif, data yang dibutuhkan dalam bentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moleong, 2010).

Metode penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang berdasarkan filsafat *post positivism*, digunakan untuk meneliti pada situasi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti ialah sebagai instrumen, pengambilan *sample* sumber dan data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2010).

Pasaribu (dalam Agus Salim, 2006: 63) paradigma adalah basis kepercayaan utama atau metafisika dari sistem berpikir: basis dari ontologi, epistemologi, dan metodologi. Dengan demikian, paradigm membawa konsekuensi praktis berperilaku, cara berpikir, interpretasi dan kewajiban dalam pemilihan terhadap masalah (Pasaribu, 2019). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigm *post positivism*. Peneliti menggunakan paradigama *post positivism* untuk mengetahui langsung dan memahami strategi komunikasi fisip unsika melalui media instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa dengan melakukan metode wawancara secara mendalam dengan subjek yang ingin di analisa.

Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh fisip unsika melalui media sosial instagram, dan untuk subjek dalam penelitian ini adalah admin instagram fisip unsika dan mahasiswa fisip unsika. Teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti dalam penelitian kualitatif ini yaitu: observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Ada dua jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Rachmat Kriyanto, 2014) dalam Nurrahmah (2017:42). Data primer didapat melalui wawancara dari admin instagram fisip unsika dan mahasiswa fisip unsika. Sedangkan data sekunder, melalui studi literatur yang dilakukan pada beberapa buku, catatan-catatan, dan dari internet yang sesuai dengan penelitian (Sugiyono, 2005: 62).

Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber peroleh data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi yang Dilakukan Komunikator Fisip Unsika dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa

Komunikator memiliki peran yang sangat penting dalam proses komunikasi. Seorang komunikator harus memiliki keterampilan dalam melakukan perubahan sikap, pendapat serta tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya; dengan lain perkataan pihak komunikasi merasa bahwa adanya kesamaan antara komunikator dengannya. Demikian pula dengan yang dilakukan oleh admin instagram fisip unsika sebagai komunikator.

Admin instagram fisip unsika mengeksplor dirinya untuk menghasilkan suatu pesan yang akan diangkat di instagram. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh (DNA) selaku admin prodi Ilmu Pemerintahan:

“Pertama sih lebih mempelajari aplikasi yang mudah untuk kita *sharing* informasi seperti misalnya mengurangi biasanya kan pake *screenshots* untuk misalnya membagi jadwal sidang dan sebagainya. Baru-baru ini saya

mencoba pakai *link* aja gitu jadi temen-temen mahasiswa tinggal klik *link* tersebut nanti bisa langsung terakses terhubung ke jadwalnya yang secara digital”.

Sedangkan untuk teknik yang dilakukan dalam mengolah pesan tidak ada yang khusus karena dalam mengolah suatu pesan yang akan diposting di instagram hanya dikemas agar informasi yang disampaikan lebih jelas. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh (FOL) selaku admin instagram fisip unsika prodi Ilmu Komunikasi:

“Tidak ada yang khusus dalam artian pengumuman nya dikemas agar jelas, kalau ada yang gak jelas dibuat agar lebih jelas. Kalau pun menambahkan gambar-gambar atau desain itu hanya sekedar penambah saja sih. Tidak ada tujuan mengganggu informasi yang lain. Kalau tidak ada surat edaran ya jadi berupa berita yang disampaikan dari koorprodi ya mungkin kita tambahkan kita harus buat karena instagram gambar yah...sedangkan informasi yang kita terima hanya berupa verbal misalnya mau gak mau kita buat satu gambar nah itu menggunakan aplikasi canva sih sebagian besar, tapi kalau infonya misalnya berupa tertulis kaya surat edaran atau SK itu kan sudah ada jadi hanya berupa *scan* dokumen itu aja sih”.

Dalam pengolahan pesan yang dibuat oleh admin instagram fisip unsika mendapat respon yang baik dari mahasiswa melalui komentar maupun DM. Hal ini seperti yang disampaikan oleh (FOL) selaku admin instagram fisip unsika prodi Ilmu Komunikasi: “Ya kalau dari *like* rata-rata setiap kali posting 100 an yah biasanya 100-200 mungkin kalau untuk ikom kadang hanya 100 untuk IP 100 misalnya kalau yang sudah semua bisa sampai 200 gitu karena kan mencakup seluruh mahasiswa. Kalau komentar sejauh ini tidak ada masalah kecuali pada mulai insiden waktu itu akhirnya komentar dimatikan, jadi ya sesudah itu pindah ke dm sih, walaupun ada yang bertanya lebih jauh pindah ke dm”.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa teknik yang dilakukan komunikator dalam mengolah pesan tidak ada

yang khusus karena dalam mengolah suatu pesan yang hendak di posting di instagram hanya dikemas agar informasi yang disampaikan lebih jelas. Apabila pesan yang didapat oleh admin berupa pesan verbal admin merubah pesan tersebut ke dalam bentuk gambar dengan menggunakan aplikasi canva. Dalam menyampaikan informasi admin juga mengalami hambatan komunikasi teknis, apabila informasi nya dalam bentuk tabel yang besar admin harus menggunakan aplikasi lain agar tabel tersebut muat dan alternatif lain admin menggunakan *link* supaya pesannya dapat terbaca jelas oleh mahasiswa.

Strategi Komunikasi Pesan yang dibuat Fisip Unsika Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa

Pesan yang disampaikan oleh admin harus berhubungan dengan akademik karena instagram ini hanya menyampaikan informasi yang berkaitan dengan akademik dan kemahasiswaan. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh (FOL) selaku admin instagram fisip unsika prodi Ilmu Komunikasi: “Ya karena ini ig fisip yah pasti berhubungan dengan akademik atau kemahasiswaan. Mungkin di luar akademik lowongan pekerjaan itu diluar dari kelembagaan. Tapi kalau bermanfaat untuk mahasiswa sih kita coba bantu kita sampaikan jadi tidak jauh-jauh. Jadi gak mungkin ada info tentang diskon itu engga ya atau jualan itu gak boleh ya soalnya kan ini lembaga akademik jadi gak akan jauh-jauh dari soal akademik dan kemahasiswaan sih”.

Untuk desain dalam pesan yang dibuat oleh admin instagram fisip unsika ini tidak terlalu rumit sederhana saja karena lebih memfokuskan pada konten yang akan di posting. Hal ini seperti yang disampaikan oleh (DNA) selaku admin instagram fisip unsika prodi Ilmu Pemerintahan:

“Untuk mendesain itu tidak terlalu banyak hal yang kami lakukan biasa aja sih menggunakan aplikasi-aplikasi yang sederhana yang bisa menarik para *followers* terlebih mahasiswa-mahasiswa untuk melihat kontennya. Selebihnya kami tidak terlalu banyak untuk

mendesain hal-hal nya karena lebih memfokuskan pada kontennya yang akan dibagikan yaitu informasinya”.

Dalam menyampaikan sebuah pesan yang akan diangkat di instagram tentunya admin harus membutuhkan proses dalam menyusun pesannya supaya jelas. Hal ini disampaikan oleh (DNA) selaku admin instagram fisip unsika prodi Ilmu Pemerintahan:

“Menyusun sebuah pesan pertama sih untuk kontennya ya jadi misalnya yang sering aja nih suruh ngirim jadwal sidang otomatis saya mengelola dulu pesannya yang akan dikirimkan sesuai jadwalnya. Lalu narasi nya seperti apa? untuk narasi sih di sesuaikan misalnya kapan dilaksanakan, harus bagaimana gitu kan seperti itu”.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut menjelaskan bahwa, admin instagram fisip unsika tidak memperhatikan konten karena datanya sudah diberikan oleh koorprodi/fakultas. Admin hanya sekedar memoles pesan yang hendak diberikan supaya lebih jelas dan terbaca dengan baik oleh mahasiswa. Misalnya mengirim jadwal sidang tentu saja jadwal pelaksanaan nya harus jelas dan harus menyesuaikan dengan jadwal supaya informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh mahasiswa.

Dalam membuat pesan tentunya ada tahapan-tahapan sebelum merancang sebuah pesan yang akan diangkat di instagram fisip unsika. Hal ini disampaikan oleh (DNA) selaku admin prodi Ilmu Pemerintahan:

“Sebelum merancang pesan pertama saya koordinasi dulu konfirmasi dulu ke kaprodi. Apakah informasi yang akan dibagikan ini sudah benar atau belum khawatir nanti masih ada kesalahan dan lain sebagainya. Ketika misalkan kaprodi dan bu Maya sudah menyepakati nya bahwa informasi ini layak disebar baru kami sebar. Tahapannya ya itu tadi memeriksa dulu konten yang akan dikirimkan lalu mengemasnya apakah nanti dalam bentuk *link* yang akan dibagikan ataupun misalkan *screenshots* dari informasi tersebut”.

Berdasarkan bentuk pesan yang digunakan admin instagram fisip unsika tentunya dapat menunjang keberhasilan strategi komunikasi yang mereka lakukan, admin instagram fisip unsika juga menggunakan bentuk pesan yang bersifat informatif.

Pesan-pesan informatif yang disampaikan oleh admin instagram fisip unsika yaitu informasi seputar akademik seperti jadwal perkuliahan, jadwal sidang, jadwal perwalian, hal tersebut seperti diungkapkan (LY) selaku mahasiswa Fisip Unsika:

“Sangat informatif contohnya seperti memberi informasi jadwal perkuliahan, jadwal sidang, jadwal perwalian, pergantian rektor, dekan dan koordinator prodi. Pokoknya semua informasi yang dari fisip untuk mahasiswa itu tuh dikasih tahu melalui ig fisip”.

Tak hanya menggunakan bentuk pesan yang informatif, admin instagram Fisip Unsika menggunakan bentuk pesan yang persuasif, seperti yang diungkapkan oleh (FOL) selaku admin prodi Ilmu Komunikasi:

Tak hanya menggunakan bentuk pesan yang informatif, admin instagram Fisip Unsika menggunakan bentuk pesan yang persuasif, seperti yang diungkapkan oleh (FOL) selaku admin prodi Ilmu Komunikasi:

“Emm...mungkin ya untuk beberapa postingan seperti lomba dan kalimat-kalimat “ayo silakan” ya mungkin tergantung postingan nya, apa itu dalam bentuk himbuan bagi mahasiswa untuk ikut dalam kegiatan misalnya kita coba tambahkan kalimat persuasif, tapi kalau berupa penyampaian informasi ya kita sampaikan apa adanya sih sejelas mungkin yang menyebabkan *caption* nya panjang daripada rancu mending sekalian”.

Admin instagram Fisip Unsika juga menggunakan bentuk pesan yang koersif di beberapa postingan yang ada di instagram, hal ini seperti yang diungkapkan oleh (LY) selaku mahasiswa Fisip Unsika:

“Untuk bentuk pesan yang koersif sih ada seperti perintah buat kita mahasiswa mengisi link gitu, mengisi *link* untuk mahasiswa yang sudah alumni, mengisi *link* untuk indeks kinerja dosen dan lain-lain.”

Sesuai dengan unsur-unsur komunikasi salah satunya yaitu efek, efek adalah dampak yang ditimbulkan pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Setelah melihat postingan di instagram fisip unsika ini mahasiswa dapat mengetahui berbagai macam informasi contohnya seperti ada info lomba maupun sidang. Jika sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diinginkan komunikasi maka komunikasi dapat dikatakan berhasil, demikian pula sebaliknya. Dengan melihat postingan tersebut tentunya mahasiswa akan merasa terpacu semangatnya setelah melihat postingan tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh (LY) selaku mahasiswa Fisip Unsika:

“Kalau misalkan ada jadwal sidang up, kompre kita kan jadi semangat nih buat mempersiapkannya terus kalau misalkan ada kaya ada pengumuman perlombaan jadi pengen ikut terpacu semangatnya”.

Dalam menyampaikan informasi, instagram fisip unsika ini cukup efektif karena informasi yang disampaikannya cukup lengkap bagi mahasiswa fisip khususnya. Dan yang membuat tidak efektifnya itu balik lagi ke pribadi mahasiswa masing-masing. Jika mahasiswa tersebut mem*follow* instagram fisip unsika tentunya mereka akan mendapatkan informasi, lain halnya jika mahasiswa tersebut tidak mem*follow* pastinya tidak akan mendapatkan informasi. Instagram fisip unsika memiliki tujuan untuk memudahkan mahasiswa dalam memahami pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh (LY) selaku mahasiswa fisip unsika:

“Menurut saya sih cukup efektif ya karena informasi yang disampaikan di ig fisip itu cukup lengkap juga kan buat kita. Cuma yang gak jadi efektifnya itu, karena gak semua mahasiswa fisip mem*follow* ig nya, jadi informasinya gak rata ke semua mahasiswa. Harusnya semuanya wajib mem*follow* supaya informasi nya sampai ke seluruh mahasiswa fisip”.

Berdasarkan uraian di atas, dalam menentukan pesan yang hendak di posting di

instagram fisip unsika, admin menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu memberikan informasi kepada mahasiswa. Admin selaku komunikator dalam menyusun sebuah pesan harus koordinasi dengan koorprodi sebelum pesan tersebut di posting di instagram, lalu narasinya harus disesuaikan dengan konten yang hendak di posting. Admin instagram fisip unsika juga menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan ejaan EYD, bahkan admin juga terkadang meng-*check* lagi di KBBI dalam setiap konten pesan yang akan di posting di instagram. Kalau pun menggunakan istilah asing admin mencoba dengan ejaan yang baik dan benar supaya tidak ada kesalahan. Dan melalui bentuk-bentuk pesan yang disampaikan oleh admin instagram fisip unsika, diharapkan pesan-pesan yang dibuat oleh admin dapat diterima dengan baik oleh para mahasiswa (komunikasi).

Pembahasan

Strategi Komunikasi yang Dilakukan Komunikator Fisip Unsika

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti melalui wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa admin instagram fisip unsika mengeksplor dirinya untuk menghasilkan suatu pesan yang akan diangkat di instagram fisip unsika. Admin instagram fisip unsika mengeksplor dirinya dengan lebih mempelajari aplikasi yang mudah digunakan untuk membagikan informasi, untuk mengurangi penggunaan pesan berupa *screenshots* dalam membagikan jadwal sidang dan lain sebagainya. Baru-baru ini admin instagram fisip unsika mencoba menggunakan *link* supaya mahasiswa lebih mudah melihat informasi yang dibagikan (Gambar 2).



Gambar 2. Jadwal sidang disertai dengan *link* (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Digunakannya *link* supaya mahasiswa dapat melihat informasi nya lebih jelas, karena jika hanya melihat melalui postingan di instagram terkadang tidak dapat terlihat jelas karena gambarnya terlalu kecil. Disini lah admin berinisiatif menggunakan *link* untuk mengatasi hambatan tersebut. Dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa tentunya ada hambatan tersendiri yang dirasakan oleh admin instagram fisip unsika sebagai komunikator, hambatan yang dirasakan oleh admin yaitu hambatan teknis, hambatannya ketika memposting informasi apabila ada tabel yang terlalu besar admin berinisiatif menggunakan aplikasi lain supaya muat di instagram dan admin juga membuat pesan tersebut ke dalam bentuk *link* untuk mengatasi hambatan tersebut agar informasinya dapat terbaca dengan jelas oleh mahasiswa (komunikasikan). Sedangkan untuk *content creator* yang membuat informasi di instagram fisip unsika yaitu admin dari instagram fisip itu sendiri. Sebelum pesan nya di posting admin berdiskusi dengan koorprodi maupun dengan dekan, terkadang juga ada masukan dari beliau maka admin akan memperbaiki sebelum pesan tersebut di posting di instagram fisip unsika.

Dalam mengolah suatu pesan yang hendak di posting di instagram teknik yang digunakan tidak ada yang khusus, admin hanya mengemas pesannya agar informasi yang disampaikannya lebih jelas. Terkadang admin mendapatkan informasi berupa pesan verbal, admin berinisiatif untuk membuat pesan ke

dalam bentuk gambar dengan menggunakan aplikasi canva ditambahkan gambar ataupun desain sebagai penambah saja. Supaya pesan yang disampaikan bisa terbaca dengan jelas oleh mahasiswa. Berbeda halnya jika pesannya berupa surat edaran ataupun SK hanya berupa *scan* dokumen dari pesan tersebut.



Gambar 3. Contoh pesan verbal yang dirubah menjadi gambar menggunakan aplikasi canva (sumber: Instagram Fisip Unsika)

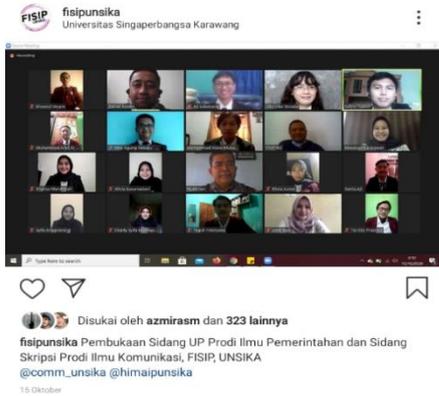
Gambar 3 adalah salah satu contoh postingan yang ada di instagram fisip unsika, yang dimana pesan tersebut berupa pesan verbal yang diubah menjadi gambar dengan menggunakan aplikasi canva. Jika pesan yang disampaikan berupa pesan verbal admin selalu berusaha membuatnya ke dalam bentuk gambar supaya dapat terlihat jelas oleh mahasiswa.



Gambar 4. Contoh pesan hanya berupa *scan* dokumen (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Dalam pengolahan pesan yang dibuat oleh admin instagram fisip unsika mendapat respon yang baik dari mahasiswa melalui komentar maupun *like*. Bisa dilihat dari jumlah *like* pada postingan yang ada di instagram fisip unsika, jumlah *like* rata-rata setiap kali posting mencapai 100-200 *like*. Sedangkan untuk komentar tidak ada masalah respon mahasiswa yang sering seperti mengucapkan terima kasih kepada admin sebagai wujud mengapresiasi

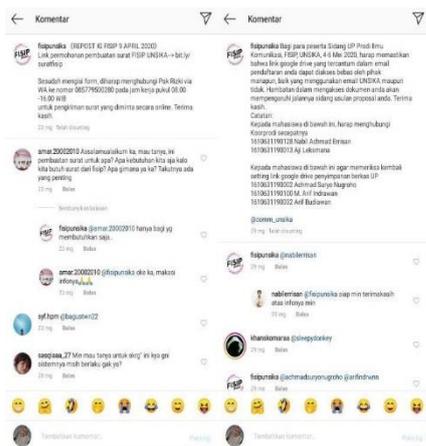
karena telah menyampaikan informasi. Disini mahasiswa mengapresiasi melalui komentar tersebut.



Gambar 5. Jumlah like pada postingan pembukaan sidang fisip unsika (sumber: Instagram Fisip Unsika)



Gambar 6. Jumlah like pada postingan pemenang lomba (sumber: Instagram Fisip Unsika)



Gambar 7. Respon mahasiswa di kolom komentar (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Keberhasilan kegiatan komunikasi tergantung bagaimana komunikator dalam menyampaikan pesannya, tentunya

komunikator harus mempunyai strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada mahasiswa. Strategi komunikasi ialah gabungan dari perencanaan komunikasi serta manajemen komunikasi untuk menggapai suatu tujuan. Untuk menggapai tujuan tersebut strategi komunikasi wajib dapat menampilkan gimana operasionalnya secara taktis wajib dicoba, dalam makna kata jika pendekatan dapat berganti tidak menentu bergantung dari suasana serta keadaan.

Strategi komunikasi sangat diperlukan oleh admin sebagai komunikator dalam memberikan informasi kepada mahasiswa, dengan adanya strategi komunikasi yang baik yang dilakukan oleh komunikator, maka tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Tujuan yang ingin dicapai oleh admin selaku komunikator yaitu supaya mahasiswa mendapatkan informasi dengan jelas terkait perkuliahan dan kemahasiswaan dan supaya mahasiswa mendapatkan informasi lebih cepat serta lebih akurat karena pesannya langsung dari staf akademiknya fisip. Proses penyampaian pesan yang dilakukan komunikator yaitu dengan menggunakan media sosial instagram.

Strategi Komunikasi Pesan yang dibuat Fisip Unsika

Dalam menyampaikan sebuah informasi tentunya membutuhkan proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan seperti teori lasswell: *who says what in which channel to whom with what effect*. Jadi bisa disimpulkan bahwa komunikasi ialah pesan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan melalui saluran-saluran bisa secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan mendapatkan efek kepada komunikan sesuai apa yang diinginkan komunikator.

Dalam penelitian ini, teori Harold D. Lasswell bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang dilakukan fisip unsika dalam memberikan informasi kepada mahasiswa, dengan menggunakan teori tersebut. (1) *Who?*, admin sebagai komunikator harus bisa memberikan informasi dengan jelas, akurat dan terpercaya (2) *Says what?*, pesan yang hendak

disampaikan oleh admin tentunya informasi mengenai perkuliahan dan kemahasiswaan, pesan yang disampaikan juga menggunakan bahasa sesuai dengan ejaan EYD dan harus mudah dipahami oleh mahasiswa (3) *In which channel?*, media yang digunakan di fisip unsika ini yaitu media sosial instagram, dipilihnya media sosial instagram karena mahasiswa fisip lebih banyak menggunakan instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya dan informasi yang disampaikan juga lebih cepat sampai kepada mahasiswa (4) *To whom?*, untuk yang menjadi *audience/* komunikan disini yaitu mahasiswa fisip unsika (5) *With what effect?* efek yang diharapkan yaitu dengan mahasiswa membaca atau melihat postingan dari instagram fisip unsika ini akan mendapatkan informasi terkait perkuliahan dan tentunya mahasiswa tidak akan ketinggalan informasi, karena akun instagram fisip unsika ini selalu *update* jika ada informasi terbaru.

Hal yang dilakukan dalam menyusun sebuah pesan yang pertama yaitu mengelola terlebih dahulu pesannya yang akan dikirimkan sesuai dengan jadwalnya. Lalu yang kedua itu narasi nya harus disesuaikan dengan konten pesan yang hendak dibuat. Sebelum merancang sebuah pesan tentunya admin harus melakukan koordinasi terlebih dahulu untuk memastikan informasi yang akan dibagikan sudah benar atau belum dikhawatirkan nanti ada kesalahan dalam menyampaikan informasinya. Selain proses dalam menyusun sebuah pesan ada juga tahapan yang dilakukan sebelum merancang sebuah pesan yang hendak di posting di instagram fisip unsika. Sebelum merancang sebuah pesan tentunya admin harus melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan koorprodi masing-masing. Untuk memastikan informasi yang akan dibagikan sudah benar atau belum dikhawatirkan nanti ada kesalahan dalam menyampaikan informasinya. Setelah memeriksa konten yang akan di posting tadi lalu admin instagram fisip unsika mengemasnya apakah nanti dalam bentuk *link* yang akan dibagikan ataupun berupa *screenshots* dari informasi tersebut.

Dalam mendesain pesan yang hendak di posting di instagram, admin dari instagram fisip unsika tidak terlalu banyak hal yang dilakukan dalam mendesain pesannya. Admin instagram fisip unsika hanya menggunakan aplikasi-aplikasi yang sederhana yang bisa menarik para *followers* khususnya mahasiswa untuk bisa melihat kontennya. Admin tidak terlalu banyak mendesain karena lebih memfokuskan pada konten yang hendak dibagikan, dan dalam membuat pesan yang di posting di instagram fisip unsika admin menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan EYD. Berbeda halnya dengan admin yang dahulu yaitu (TS) lebih menggunakan bahasa yang santai.



Gambar 8. Postingan instagram fisip unsika oleh admin sebelumnya (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Menurut A.W.Widjaja dan M. Arisyk Wahab pesan dapat dilihat dari segi bentuknya, dalam penelitian ini dapat dilihat beberapa bentuk pesan yang digunakan admin Instagram Fisip Unsika dalam menyampaikan pesan diantaranya adalah (1) Pesan informatif, untuk memberikan keterangan berdasarkan bukti nyata, pesan informatif lebih bersifat difusi atau penyebaran, sederhana dan jelas. Contohnya seperti informasi mengenai jadwal sidang, semester pendek, jadwal perkuliahan, pergantian rektor dan lain sebagainya.



Gambar 9. Contoh bentuk pesan informatif (sumber: Instagram Fisip Unsika)

(2) pesan persuasif, pesan yang berisi ajakan kepada pembaca untuk memberikan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan bisa mengubah sikap pembaca. Oleh sebab itu, pembuatan pesan persuasif mempunyai sebuah proposisi. Proposisi disini adalah apa yang dikehendaki admin selaku komunikator terhadap mahasiswa (komunikas) sebagai hasil pesan yang disampaikan, artinya setiap pesan yang diolah menginginkan adanya perubahan. Contoh pesan persuasif, kegiatan lomba fotografi, lomba menulis puisi, beasiswa ke luar negeri dan masih banyak lagi.



Gambar 10. Contoh bentuk pesan persuasif (sumber: Instagram Fisip Unsika)



Gambar 11. Contoh bentuk pesan persuasif kegiatan lomba (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Dilihat dari gambar 11 admin instagram fisip unsika berusaha mengajak mahasiswa untuk mengikuti lomba desain logo yang diselenggarakan oleh pihak kampus. Admin instagram fisip unsika menggunakan kata persuasif yaitu “ayo” untuk mengajak mahasiswa supaya tertarik mengikuti lomba tersebut dan tak lupa admin juga memberikan semangat kepada mahasiswa. Selain dengan menggunakan kata “ayo” admin juga menuliskan kalimat akan mendapatkan hadiah berupa uang sebesar 500 ribu dari dekan fisip jika memenangkan lomba tersebut dan ini tentunya akan membuat mahasiswa lebih semangat untuk mengikuti lomba tersebut. Tetapi jika penyampaian pesannya berupa informasi seperti surat edaran disampaikan apa adanya sejelas mungkin supaya tidak ada kerancuan.

(3) pesan koersif, penyampaian informasi yang berisi perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.



Gambar 12. Contoh bentuk pesan koersif (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Gambar 12 merupakan salah satu contoh bentuk pesan koersif yang ada di instagram fisip unsika. Pesan koersif yang disampaikan oleh admin instagram fisip unsika tidak terlalu keras, karena admin hanya menggunakan kata “harap”. Dengan menggunakan kata tersebut diharapkan mahasiswa dapat mengerti maksud dan tujuan dari admin menyampaikan pesan tersebut supaya mahasiswa lebih memperhatikan *deadline* pengumpulannya.



Gambar 13. Contoh bentuk pesan koersif pengisian *link* (sumber: Instagram Fisip Unsika)

Pada gambar 13 merupakan salah satu bentuk pesan koersif berupa perintah untuk pengisian *link*. Pada pesan tersebut admin menggunakan kata “dimohon” di dalam *caption* nya, supaya mahasiswa mengisi *link* tersebut lalu menyebarkannya ke mahasiswa lainnya. Bentuk pesan koersif yang disampaikan oleh admin instagram fisip unsika memang tidak terlalu keras hanya menggunakan kata harap dan dimohon. Karena tidak perlu yang terlalu keras pastinya mahasiswa sudah mengerti maksud dan tujuan dari pesan yang diberikan oleh admin instagram fisip unsika tersebut.

SIMPULAN

Strategi komunikasi yang dilakukan admin selaku komunikator dalam menyampaikan pesannya tentunya mempunyai motivasi ingin memberikan informasi kepada mahasiswa terkait perkuliahan dan kegiatan yang ada di fisip unsika. Dalam menyampaikan pesannya admin juga berusaha mempelajari aplikasi yang mudah untuk *sharing* informasi. Sedangkan untuk teknik yang dilakukan komunikator dalam mengolah pesan tidak ada yang khusus hanya mengemas informasi yang disampaikannya lebih jelas dan terbaca dengan mahasiswa (komunikasikan).

Apabila pesan yang didapat oleh admin berupa pesan verbal admin hanya merubah pesan tersebut ke dalam bentuk gambar dengan menggunakan aplikasi canva. Dalam menyampaikan informasi admin juga mengalami hambatan, hambatan yang

dirasakan oleh admin yaitu hambatan teknis. Apabila informasinya dalam bentuk tabel yang besar admin harus menggunakan aplikasi lain agar tabel tersebut muat dan alternatif lain admin menggunakan *link* supaya pesannya bisa terbaca dengan jelas oleh mahasiswa.

Strategi komunikasi menyusun pesan yang dilakukan oleh admin instagram fisip unsika sebagai komunikator dinilai mampu memberikan informasi yang sangat efektif kepada mahasiswanya. admin juga menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu memberikan informasi kepada mahasiswa. Dilihat dari postingan yang ada di instagram admin menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai ejaan EYD supaya mahasiswa mengerti pesan yang disampaikan. Sedangkan untuk desainnya tidak terlalu rumit sederhana saja karena lebih memfokuskan pada konten pesan yang hendak di posting. Dan melalui bentuk-bentuk pesan yang diberikan oleh admin instagram fisip unsika, diharapkan pesan-pesan yang dibuat oleh admin dapat diterima dengan baik oleh mahasiswa (komunikasikan).

Untuk instagram fisip unsika harus ada admin khusus yang mengelolanya, karena jika staff dosen tentunya terlalu sibuk dan fokusnya akan terbagi. Admin instagram fisip unsika harus mengemas pesannya lebih kreatif lagi untuk dapat menarik perhatian mahasiswa. Admin instagram fisip unsika harus memaksimalkan bentuk-bentuk pesan dalam menyampaikan pesan bisa sampai ke mahasiswa. Admin instagram fisip unsika harus memastikan pesan yang disampaikan itu sudah benar atau belum supaya tidak menimbulkan berita hoax.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi PekanBaru. *Fisip*, 2, 1-14
- Arif, lik. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Wacana*, 16 (2),

- 214-224. doi:
<https://doi.org/10.32509/wacana.v1i2.26>
Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Mardiana Wike, Hamim, Kendry Widiyanto. (2017). Strategi Komunikasi *Public Relations* Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur Untuk Meningkatkan Citra Di Mata Publik. 1-6. Surabaya: Untag.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pasaribu, M., dan Siregar, H. (2019). Strategi Komunikasi PT Ertri Indonesian Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Digital Agency. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 41–53. doi:
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v2i1.868>
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rismayanti. (2018). Hambatan Komunikasi yang Sering Dihadapi Dalam Sebuah Organisasi. *Al- Hadi*. 4(1), 825-834. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/alhadi/article/view/384>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi (1)*. Bandung: CV Pustaka.