ANALISIS KOMUNIKASI PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWAUNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

Gabriela Cantika[1], M. Tridays Repelita[2], Fitria Noviha Putri[3], Lutfi Ibnu Akil Alif[4], Fajri Farajul Fuadi[5]
mn23.gabrielacantika@mhs.ubpkarawang.ac.id[1], tridays.repelita@ubpkarawang.ac.id[2], mn23.fitriaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id[3], mn23.lutfialif@mhs.ubpkarawang.ac.id[4], mn23.fajrifuadi@mhs.ubpkarawang.ac.id[5]
Universitas Buana Perjuangan

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah "Analisis komunikasi penggunaan bahasa Indonesia dalam media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang". Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana penggunaan Instagram sebagai media komunikasi, kelebihan dan kelemahan Instagram, dan dampak penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pada Universitas Buana Perjuangan Karawang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode naratif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori uses and gratifications. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Buana Perjuangan Karawang. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi di kalangan mahasiswa cukup efektif. Kelebihan Instagram bagi mahasiswa adalah aplikasinya gratis, menarik dan mudah digunakan, memiliki banyak fitur-fitur menarik, memiliki fitur "filter" yang banyak dan menarik, tempat mengembangkan kreatifitas, memiliki fitur "story". Sedangkan kekurangan Instagram bagi mahasiswa adalah menghabiskan banyak data internet, mudahnya penyebaran berita bohong, mudah terjadi kegiatan bullying, sistem terkadang eror, dan pengiriman pesan yang kadang lambat hingga pending. Dampak positif penggunaan Instagram bagi mahasiswa adalah memperoleh banyak wawasan dan informasi, menjadikan penggunanya kreatif, dapat melihat dunia luar melalui foto dan video, dapat bertemu dengan teman lama maupun orang baru di seluruh dunia, dan memberikan banyak keuntungan untuk pelaku usaha. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah membuat kecanduan pada Instagram dan boros dalam penggunaan internet.
Kata Kunci: Instagram, Media Komunikasi.

ABSTRACT

The title of this research is "Analysis of communication using Indonesian on Instagram social media among students at Buana Perjuangan University, Karawang". The aim of this research is to analyze how Instagram is used as a communication medium, the strengths and weaknesses of Instagram, and the impact of using Instagram as a communication medium at Buana Perjuangan University, Karawang. This research uses a qualitative research method with a narrative method. The theory used in this research is the uses and gratifications theory. The subjects in this research were students at Buana Perjuangan University, Karawang. From the results of this research it can be concluded that the use of Instagram as a communication medium among students is quite effective. The advantages of Instagram for students are that the application is free, interesting and easy to use, has many interesting features, has many and interesting "filter" features, is a place to develop creativity, has a "story" feature. Meanwhile, the disadvantages of Instagram for students are that it uses up a lot of internet data, it is easy to spread fake news, it is easy for bullying activities to occur, the system sometimes has errors, and message delivery is sometimes slow and pending. The positive impact of using Instagram for students is gaining a lot of insight and information, making users creative, being able to see the outside world through photos and videos, being able to meet old friends and new people all over the world, and providing many benefits for business people. Meanwhile, the negative impact felt is that it makes you addicted to Instagram

and wasteful use of the internet.
Keywords: *Instagram, Communication Media.*

PENDAHULUAN

Pada masa yang segalanya serba digital banyak hal yang mulai mengalami perubahan. Segala hal sudah dapat dikerjakan secara otomatis dengan menggunakan teknologi. Umat manusia diseluruh penjuru dunia pada masa ini sudah menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Mau tidak mau, siap tidak siap, seseorang akan dipaksa untuk berbaur dengan kecanggihan teknologi yang ada. Banyak pekerjaan yang menjadi semakin lebih mudah, cepat dan efisien jika dikerjakan dengan bantuan teknologi.

Begitu juga dengan interaksi dan komunikasi. Manusia setiap harinya melakukan interaksi dan komunikasi dengan manusia lainnya. Metode saling memberi dan menerima pesan berupa kabar, pemikiran, keinginan yang biasa dilakukan agar memenuhi suatu kesepakatan bersama disebut dengan komunikasi (Sulianta, 2015, p. 7). Untuk menghidari kesalahpahaman yang mungkin terjadi maka penting sekali untuk menciptakan suatu interaksi komunikasi yang sesuai dalam kehidupan sehari-hari.

Pembahasan mengenai komunikasi juga dibahas dalam Al-Qur'an salah satunya adalah QS. An-Nisa' ayat 9.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

"Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar". (QS. An-Nisa' 4:9).

Pada zaman dahulu manusia biasa berinteraksi dan berkomunikasi secara tatap muka atau menggunakan surat berisi pesan untuk disampaikan kepada keluarga atau teman dengan jarak yang tidak dekat. Akibat dari sistem yang digunakan masih terbilang sangat konvensional maka proses pengiriman, penerimaan hingga balasan pesan yang disampaikan bisa memakan waktu yang cukup lama. Media yang digunakan dalam pengiriman pesan jarak jauhpun terbatas hanya dengan menggunakan surat.

Tidak seperti saat sekarang ini, di mana penggunaan surat sudah jarang sekali digunakan. Pengiriman pesan dapat dilakukan melalui media eletronik. Pesan yang dikirim juga tidak terbatas hanya pesan singkat saja namun juga dapat berupa file, dokumen, foto, video. Hal ini lah yang turut mendorong banyaknya bertumbuhan aplikasi-aplikasi media sosial yang berfungsi sebagai media interaksi dan komunikasi. Hanya dengan menghubungkan aplikasi sosial media dengan jaringan internet yang tersedia saat ini, maka setiap pengguna dapat memanfaatkannya untuk memudahkannya dalam melakukan pertukaran pesan dengan sesama teman ataupun keluarga meski jarak dan waktu diantara mereka sangat jauh seperti halnya di luar kota bahkan sampai dengan luar benua.

Sosial media merupakan suatu sarana yang dapat membuat suatu website untuk saling berhubungan yang dibentuk melalui ide-ide dan cara-cara ilmiah dari generasi terbaru www (web ver. 2.0) (Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, 2010) dalam (Sulianta, 2015, pp. 5–6). Dengan adanya media sosial maka interaksi dan komunikasi antar manusia akan menjadi lebih mudah. Ahlqvist, Toni; Ba ck, A.; Halonen, M.; Heinonen, S (2008) dalam (Sulianta, 2015, p. 5) menjelaskan bahwa konten dan pemikiran yang terdapat di setiap komunitas online keseluruhannya telah tercakup ketika individu melakukan kegiatan berinteraksi sosial yang berlangsung diantara sesama individu.

Gambar 1. Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Sumber: https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024

Aplikasi media sosial Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sedang digandrungi oleh mayoritas orang di penjuru bumi. Aplikasi ini adalah aplikasi media sosial yang berfungsi untuk menangkap gambar, merekam video serta membagikannya kepada pengguna Instagram lain. Pada awal kemunculannya Instagram merupakan hasil bentukan dari Kevin Systrom dan Mike Krieger (Enterprise, 2012, p. 2). Meski hanya sebagai tempat berbagi foto dan video, namun Instagram cukup mampu membuktikan bahwa dirinya adalah bagian dari media interaksi dan komunikasi. Walaupun Orang-orang di komunitas online tersebut berasal dari berbagai penjuru dunia dan tidak saling mengenal namun mereka tetap dapat saling terhubung hanya dengan saling berbagi photo dan video.

Peneliti melihat di kalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang 2024, hampir keseluruhan dari mereka telah memiliki akun media sosial Instagram sendiri. Dari mereka itu semua ada sebagian yang aktif dalam penggunaan Instagram sebagai media komunikasi mereka. Ada beberapa masalah yang peneliti lihat dari penggunaan Instagram yaitu mudahnya teradi spamming di kolom komentar pemilik akun Instagram dimana orang lain (followers) akan mudah berkomentar baik itu komentar positif maupun negatif, mudahnya Instagram dimasuki oleh orang lain seperti mengirim direct message kepada pemilik akun meskipun mereka tidak saling mengikuti di Instagram, mudahnya melakukan pengiriman komentar kebencian secara langsung kepada pemilik akun ketika sedang melakukan siaran langsung (live). Selain memberikan komentar negatif kepada pemilik akun Instagram, pengguna Instagram lain dapat mengupload foto atau video yang berisi konten negatif dan langsung men-tag pemilik akun lain sehingga pemilik akun lain dapat melihat konten tersebut.

Dari semua masalah yang dapat terjadi dengan penggunaan Instagram, peneliti melihat hampir kebanyakan masalah yang ditimbulkan berupa komentar atau ujaran kebencian. Hal ini akan menjadikan terbentuknya cyber bullying. Suatu keadaan dimana seseorang menerima banyak komentar negatif seperti celaan, hinaan dan dipermalukan serta memperoleh ancaman dari pengguna lain merupakan suatu keadaan yang dinamakan cyber bullying (Jannah, 2020, p. 97). Efek dari cyber bullying akan sangat menggangu bagi korbannya. Cyber bullying dapat menciptakaan keadaan terburuk bagi korbannya bahkan ada yang sampai mengalami depresi ringan hingga berat yang mengakibatkan timbulnya dorongan untuk mengakhiri hidup karena merasa malu, merasa dibenci, meras kesepian dan merasa tersudutkan oleh pelaku cyber bullying.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang ingin menemukan arti serta

bagaimana memahami peristiwa yang ada di lingkungan sekitar. Dalam hal ini pengamatan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak (Yusuf, 2014, p. 328).

Memberi gambaran dan membuka serta memberi gambaran dan memberi penjelasan merupakan tujuan utama dari penelitian kualitatif (Anggito & Setiawan, 2018, p. 14).

Penelitian ini dimulai dari memahami apa saja yang sedang populer di kalangan masyarakat Kemudian ikut masuk kedalam lingkungan tersebut serta menerima semua kesan dan penilaian terhadap apa yang sedang terjadi. Setelah itu dilakukanlah pemeriksaan kembali menggunakan berbagai literatur yang ada dan membandingkannya dengan literatur lain sampai dipastikan hasil yang diperoleh tidak salah (Hardani et al., 2020, p. 40).

Penelitian naratif merupakan metode yang mana seseorang akan membahas bagaimana orang lain serta turut menanyakan orang tersebut sehingga mau menjelaskan tentang apa yang terjadi dan dialaminya. Maka dari itu penelitian naratif dijadikan sebagai strategi yang akan dipakai dalam penelitian ini (Clandinin & Connelly, 2000) dalam (Creswell & Creswell, 2018, p. 13).

Dalam penelitian ini peneliti ingin menggambarkan dan menjelaskan bagaimana penggunaan aplikasi Instagram dijadikan media interaksi dan komunikasi pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Media Komunikasi

1. Definisi Media Komunikasi

Dilihat dari arti kata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media adalah sarana, sedangkan komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh dua orang bahkan lebih dalam berkirim dan menerima pesan.

Media komunikasi merupakan media yang digunakan untuk memfasilitas komunikasi yang sedang terjadi. Melalui hadirnya media komunikasi olehnya komunikasi bakal menjadi lebih menarik, lebih tepat sasaran dan mudah dimengerti oleh lawan komunkasi.

2. Fungsi Media Komunikasi

Berikut ini fungsi dari media komunikasi menurut (Barata, 2003, p. 109) yang dianggap sebagai suatu sarana dalam mempermudah kegiatan berkomunikasi, yaitu :

a) Berkirim kabar dan berita menjadi lebih gampang
b) Meningkatkan semangat penerima pesan
c) Kegiatan pengiriman pesan menjadi lebih efektif
d) Hemat waktu
e) Dapat menjalin hubungan dengan jarak jauh
f) Lebih menarik g. Pesan yang dikirim menjadi lebih mudah dipahami

3. Jenis-Jenis Media Komunikasi

Sebagai sarana dalam berkomunikasi, media komunikasi dapat dibedakan menjadi empat bagian menurut (Barata, 2003, pp. 110–111):

a. Media komunikasi audio Suatu sarana bantuan dalam berkomunikasi dengan memanfaatkan suara/bunyi hingga kemudian akan diterima oleh saluran dengar masing-masing komunikan dan komunikator.
b. Media komunikasi visual Suatu alat bantu komunikasi yang menggunakan penglihatan manusia untuk melangsungkan komunikasi terhadap para penerima pesan.
c. Media komunikasi audio-visual Salah satu saranan bantu berkomunikasi dengan menggabungkan fungsi pendengaran dan penglihatan manusia. Hal ini memungkinkan

komunikan untuk melihat sekaligus mendengarkan informasi yang diberikan. Media komunikasi jika dibedakan berdasarkan sasarannya terbagi menjadi:

a. Umum

Sarana berkomunikasi yang bersifat umum sehingga cakupannya beragam baik terhadap individu, grup maupun massa.

b. Massa

Sarana komunikasi dimana hanya ditujukan kepada masyarakat luas. Komunikasi ini biasanya terjadi secara searah langsung ke khalayak luas.

A. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Media yang berperan sebagai wadah untuk berinteraksi dan berkomunikasi antar individu dalam dunia virtual, serta menjadi sarana dalam mengekpresikan suatu konten maupun gagasan penggunanya merupakan pengertian dari sosial media (sosmed) menurut (Nasrullah, 2014, p. 226).

Menurut (Sulianta, 2015, p. 6) hadirnya media sosial dapat menciptakan suatu hubungan komunikasi yang tidak terbatas jangkauannya. Jika dibandingkan dengan cara konvensional, media sosial yang menggunakan teknologi canggih menjadikannya sangat baru dan berbeda.

2. Sifat-Sifat Media Sosial

Berikut ini sifat-sifat pada media sosial akan membuatnya berbeda jika dibandingkan dengan cara komunikasi terdahulu, sifat-sifat tersebut yaitu (Sulianta, 2015, p. 7):

a. Terbuka, yaitu tidak ada pesan atau kabar yang ditutup-tutupi (terbuka).
b. Percakapan, yaitu adanya beragam fitur yang menciptakan jalinan berkomunikasi menjadi lebih interaktif.
c. Hubungan, yaitu menciptakan jalinan diantara para komunikan dan komunikator menjadi lebih elusif.
d. Beragam pemikiran, yaitu memudahkan setiap pemilik media sosial dalam berargumen maupun menyampaikan opininya masing-masing.
e. Adah promosi, yaitu suatu sarana yang akan dimanfaatkan dalam menghasilkan banyak kesempatan untuk mencapai keinginan suatu kelompok**.**

B. Instagram

1. Definisi Instagram

Secara sederhana Instagram berperan sebagai sarana untuk menangkap gambar atau video, mengeditnya, lalu membagikannya kepada para pemilik akun Instagram lain. Kevin Systrom dan Mike Krieger dianggap sukses dalam menciptakan aplikasi sosial media Instagram ini (Enterprise, 2012, p. 2).

Instagram is online portable sosial-organizing administration that empowers clients to take photographs and recordings and offer them on an assortment of long range interpersonal communication stages. Jika dilihat dari pengertiannya maka Instagram merupakan suatu wadah untuk mengabadikan photo dan video kemudian membagikannya di berbagai platform jejaring sosial lainnya yang dilakukan secara online (Quesenberry, 2021, p. 207).

2. Fitur-Fitur Instagram yang Berbeda dengan Media Sosial Lain

Sama halnya dengan platform media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fitur menarik. Namun ada juga eberapa fitur menarik Instagram yang membedakannya dengan media sosial lainnya, yaitu (Saleh et al., 2020, pp. 52–53):

a. Followers

Menjalin hubungan dengan menjadi pengikut maupun diikuti oleh orang lain dalam media sosial instagram.

b. Upload photo

Sarana dalam meng-upload photo maupun video serta saling berbagi dengan orang lain dalam instagram merupakan keutamaan dari Instagram.

c. Filter

Suatu hal yang membedakan Instagram dengan media sosial lainnya adalah adanya filter atau efek photo dan video di dalamnya untuk mempermanis photo atau video yang di upload.

d. Caption

Photo maupun video yang telah di upload dapat diberikan keterangan mengenai photo atau video tersebut maupun tempat dimana photo atau video tersebut diambil.

e. Et (@)

Pengguna dapat menyinggung pengguna lain baik pada foto/video, judul foto/video, maupun di kolom komentar dengan menambahkan tanda arroba (@) didepan username pengguna lain yang ingin di-tag.

f. Geotagging

Geotag ini berfungsi untuk memberitahukan tempat dimana pemilik akun tinggal.

g. "also post to"

Salah satu fitur yang biasa digunakan dalam membagikan photo maupun video mereka bukan hanya di Instagram namun juga melalui media sosial lainnya sperti Facebook, Twitter, dan lainnya.

h. Like (tanda suka)

Seperti halnya Facebook yang memiliki fitur like. Instagram juga memiliki fitur ini yang dapat digunakan oleh pemilik akun agar dirinya mengetahui berapa dan siapa saja orang yang menyukai unggahan photo atau videonya. Semakin banyak jumlah like pada suatu photo maka photo tersebut akan menjadi semakin populer di kalangan pengguna Instagram lainnya**.**

i. Explore

Berbagai photo dan video populer akan masuk dan mudah ditemukan di halaman explore. Jika suatu photo atau video masuk ke dalam halaman tersebut, maka hal tersebut akan memudahkan pengguna lain untuk ikut menyaksikan photo atau video yang populer tersebut. Hal tersebut diyakini dapat meningkatkan followers pada pemilik akun tersebut.

3. **Kelebihan Instagram**

Ada beberapa kelebihan dari Instagram yang membuatnya menjadi menarik untuk para penggunanya. Menurut (Enterprise, 2012, p. 3) kelebihan tersebut, yaitu:

a. Instagram merupakan aplikasi yang didistribusikan secara gratis
b. Tampilan photo yang di upload akan menjadi semakin menarik dan estetik serta tidak membosankan dengan menggunakan fitur edit photo yang disediakan oleh pihak Instagram.
c. Instagram mampu menjadikan seseorang menjadi sangat kreatif dalam menghasilkan photo atau video yang tidak biasa bahkan cenderung unik atau sering disebut instagramable. Hal ini dapat menjadikannya si pengguna menjadi populer sehingga memiliki followers yang tidak sedikit. Komunitas yang memiliki minat yang sama juga dapat lebih mudah dalam menjalin koneksi pertemanan.

4. Kelemahan Instagram

Selain kelebihan, setiap media sosial juga memiliki kelemahannya masing-masing. Menurut (Nainggolan et al., 2018) terdapat dua kelemahan yang dimiliki oleh Instagram, yaitu:

a. Spamming

Menyampah (spamming) menjadi salah satu kelemahan yang ada di Instagram.

Bagaimana tidak, orang akan dengan mudahnya memberikan komentar negatif bahkan cenderung kasar terhadap apa yang di upload pemilik akun melalui fitur kolom komentar yang tersedia di Instagram.

b. Terbuka untuk semua jenis konten

Akibat dari tidak adanya batasan bagi saiapa yang akan menggunakannya, Instagram menjadi tidak luput dari konten-konten yang memiliki dampak negatif terhadap penggunanya yang biasa disebarkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

C. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Komunikasi memiliki arti sebagai suatu kegiatan dimana seseorang dapat memberikan kabar atau berita kepada orang lain yang dapat dilakukan secara lisan, tertulis, audio, visual, maupun audiovisual. Sedangkan dalam bahasa Latin komunikasi disebut communicare dan dalam bahasa Inggris disebut *to share.*

5. Jenis-Jenis Komunikasi

Secara umum, komunikasi dapat dibagikan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Komunikasi Verbal Suatu jenis komunikasi yang dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.
b. Komunikasi Nonverbal Dalam mempelajari bentuknya komunikasi ini masih terasa sukar. Sikap jujur dari komunikator akan lebih mudah diketahui oleh komunikan dengan komunikasi ini, karena komunikasi ini biasanya selalu melibatkan rasa serta emosi komunikator.

6. Konteks Komunikasi

Menurut Moss dan Tubbs (2000) dalam (Mukarom, 2020, p. 27) menjelaskan konteks komunikasi menjadi enam konteks yaitu:

a. Komunikasi Intrapersonal

Secara sederhana komunikasi ini adalah komunikasi terhadap diri kita sendiri. Biasanya seseorang akan menginterpretasikan sesuatu yang diterimanya melalui penglihatan maupun pendengarannya.

b. Komunikasi Interpersonal

Perbincangan yang sifatnya pribadi dan terjadi terhadap dua atau lebih penerima dan pengirim pesan serta dapat dilakukan dengan adanya media maupun tanpa media.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang berlangsung dalam suatu grup dimana diharapkan setiap orang dalam grup tersebut dapat sama-sama memberi pengaruh.

d. Komunikasi Publik

Komunikasi dengan satu komunikator terhadap komunkan yang berjumlah banyak. Namun komunikan hanya dapat memberikan tanggapan tanpa kata-kata atas apa yang disampaikan oleh komunikator contohnya tersenyum.

e. Komunikasi Organisasi

Biasa berlangsung dalam suatu organisasi dengan seluruh anggotanya menjadi pelaksana terhadap kegiatan komunikasi yang berlangsung.

f. Komunikasi Massa

Komunkasi yang mencakup semua konteks komunikasi dengan jumlah penerima pesan yang sangat besar serta luas. Komunikasi ini juga sering berlangsung dengan memanfaatkan berbagai jenis media komunikasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan sebelumnya maka peneliti dapat menarik kesimpulan berupa:

1. Penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi di kalangan mahasiswa cukup efektif.
2. Kelebihan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah aplikasinya gratis, menarik dan mudah digunakan, memiliki banyak fiturfitur menarik, memiliki filter yang banyak dan menarik, sebagai wadah untuk mengembangkan kreatifitas, memiliki fitur Strory sebagai tempat berbagi segala kegiatan sehari-hari. Sedangkan kekurangan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah boros kuota internet, mudahnya penyebaran berita bohong (hoaks), mudah terjadi kegiatan bullying, sistem terkadang eror, dan pengiriman pesan yang kadang lambat hingga pending.
3. Dampak positif penggunaan Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah memperoleh banyak wawasan dan informasi dari segala bidang di dunia, menjadikan penggunanya kreatif, dapat melihat dunia luar melalui foto dan video, mempertemukan mereka dengan teman lama maupun orang baru di seluruh dunia, dan memberikan banyak keuntungan untuk pelaku usaha. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah membuat kecanduan pada Instagram dan boros dalam menggunakan kuota internet.

DAFTAR PUSTAKA

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak.

Barata, A. A. (2003). Dasar-Dasar Pelayanan Prima. PT Elex Media Komputindo.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition. SAGE Publications.

Enterprise, J. (2012). Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif. PT Elex Media Komputindo.

Ginting, D. (2017). Komunikasi Cerdas: Panduan Komunikasi di Dunia Kerja. PT Elex Media Komputindo.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istikomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Pustaka Ilmu.

Jannah, Z. N. (2020). Mendidik Anak Muslim Generasi Digital. Pustaka Al Uswah.

Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia. DATAREPORTAL. https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia

Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Kencana.

Liliweri, A. (2011). Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Kencana.

Mamik. (2015). Metodologi Kualitatif. Zifatama Publisher.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebooks. SAGE.

Mujahidah. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan, 15(1), 101–114.

Prajarini, D. (2020). Media Sosial Periklanan: Instagram. Deepublish.

Putri, E. A. (2013). Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop. Yayasan Kesejahteraan Pendidikan Dan Perumahan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.