

USE OF INSTAGRAM AS A MEDIA FOR DISSEMINATING INFORMATION ON INSTAGRAM @folkative

PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI DI INSTAGRAM @folkative

Adinda Marzella¹, Edwin Rizal², Nuning Kurniasih³

^{1,2,3} Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

E-mail: adinda20016@mail.unpad.ac.id¹, edwin.rizal@unpad.ac.id², nuning.kurniasih@unpad.ac.id³

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Correspondent:

Adinda Marzella
adinda20016@mail.unpad.ac.id

Key words:

media richness theory, immediacy, multiple cues, language variety, personal source, Instagram

Website:

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

Page: 1929 - 1950

In the current digital era, the presence of an attractive and functional website is key in promoting business, including in the coffee industry. "Ngopi Kuy", a coffee shop located in Bekasi Regency, seeks to improve customer experience and expand its market reach through creating a responsive and aesthetic website. This project aims to design the "Ngopi Kuy" website by developing an interactive website design prototype using the Figma application. The design process includes in-depth research into the target market and user needs, wireframe development, and UI/UX design iterations focused on ease of navigation and visual aesthetics. The final design will reflect the warm and inclusive "Ngopi Kuy" philosophy, with the integration of graphic elements that represent the brand's characteristics and values. This research uses the User Centered Design method where user needs are the focus in the design process. UCD has 4 stages, namely specify context of use, specify user and organizational requirements, produce design solutions, and evaluate designs against users. The final result of this research is the appearance of the Ngopi Kuy website with a desktop display.

Copyright © 2024 JSCR. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Adinda Marzella
adinda20016@mail.unpad.ac.id

Kata kunci:

teori kesempurnaan media, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, sumber personal, instagram

Website:

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

Hal: 1929 - 1950

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan elemen teori kesempurnaan media pada penyebaran informasi di Instagram @folkative. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @folkative telah menerapkan keempat elemen penting, yaitu kesegeraan (*immediacy*), keragaman isyarat (*multiple cues*), variasi bahasa (*language variety*), dan sumber personal (*personal source*). Pertama, kesegeraan penyebaran informasi oleh Instagram @folkative tergolong baik dengan memanfaatkan fitur Instagram Feeds, Instagram Reels, dan Instagram Stories, serta fitur *Like*, *Comment*, dan *Share* untuk mengukur kecepatan umpan balik. Kedua, keragaman isyarat dalam penyebaran informasi meliputi desain gambar, *font*, logo, dan audio dalam beberapa postingan. Ketiga, variasi bahasa yang digunakan terdiri dari bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yang memungkinkan jangkauan audiens lebih luas. Keempat, sumber personal ditunjukkan melalui interaksi tim folkative dengan pengikutnya, termasuk penerimaan *direct message* yang dibagikan di Instagram Stories dan program "Folkative Session". Namun, keterlibatan tim folkative dalam membalas komentar pada postingan masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens.

Copyright © 2024 JSCR. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Penyebaran informasi pada saat ini tidak bisa dipisahkan dari semakin eksisnya penggunaan media sosial. Keberadaan perangkat digital (smartphone) dan akses internet yang terjangkau membuat berbagai kalangan masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat dan mudah. Di Indonesia, media sosial berupa jejaring sosial berkembang sangat masif menjadi sumber informasi yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Realita yang terjadi, informasi apapun sangat cepat menjadi viral dalam sekejap saja. Dengan satu klik dan *share* akan langsung menyebar secara masif. Memilih media yang efektif dalam menyebarkan informasi adalah salah satu cara agar kita dapat memenuhi kebutuhan informasi yang akurat berdasarkan aspek tertentu. Instagram masih menjadi salah satu media sosial terpopuler di Indonesia, berdasarkan data Napoleon Cat, ada 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023.

Salah satu akun instagram yang memiliki informasi yang luas adalah akun Instagram @Folkative. Instagram @Folkative didirikan pada tahun 2016 oleh CEO yang bernama Kenneth William, saat ini memiliki 4,5 juta pengikut dengan kurang lebih 8 ribu konten yang di sajikan (per tanggal 8 juni 2023). Pada instagramnya, *Folkative* menyediakan beberapa konten yang menarik seperti berita terkini, penghargaan terhadap suatu pencapaian seseorang, dan masih banyak hal yang di sajikan lainnya seperti, seni, budaya, dan produk lokal Indonesia. Dalam setiap konten yang di unggah oleh *Folkative*, dapat menghasilkan berbagai macam respon dari pengikutnya. *Folkative* menggunakan 2 bahasa pada konten yang disajikannya yaitu bahasa Indonesia dan bahasa inggris, folkative juga memiliki ciri khas menggunakan gaya

komunikasi yang kekinian *relate, up to date*, baik dan mudah diterima langsung oleh pengguna instagram lainnya. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa *Folkative* menjadi akun yang diikuti oleh pengguna Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasinya dilihat dari banyak followers (pengikut) nya. Semua informasi atau konten yang disajikan pada akun *folkative* dikemas dengan kalimat pendek yang hanya menjelaskan inti dari informasi tersebut. Selain itu, terdapat tambahan *caption* pada setiap konten yang di unggah.

Sebagai pencari informasi, untuk mendapatkan informasi yang kita butuhkan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu cara untuk mendapatkan informasi adalah melalui sosial media seperti *Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dsb*. Pada penelitian ini penulis memfokuskan kepada media sosial Instagram. Media sosial pada dasarnya adalah suatu media online yang memfasilitasi penggunaannya untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan berkomunikasi dengan mudah. Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia. media online yang memfasilitasi penggunaannya untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan berkomunikasi dengan mudah. Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023 Hana, A. F., Wulandari, S. H., Hasan, B. M., & Fantini, E. (2023). Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia.

Instagram adalah salah satu sosial media yang paling banyak di gunakan di masa kini sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari – hari. Pada media sosial Instagram, kita dapat dengan mudah untuk mengikuti (*following*) pengguna lain untuk berinteraksi ataupun sekedar mengetahui kegiatan atau keseharian pengguna yang diikuti. Instagram masih menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang. Berdasarkan data Napoleon Cat (Cantumin mendeley) ada 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 105,68 juta pengguna (Firmana, V. S., & Subekti, P., 2024). Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 3,15%. Pada April 2022, jumlah pengguna Instagram di dalam negeri tercatat sebanyak 105,99 juta pengguna. Melihat trennya, pengguna Instagram di Indonesia sempat mengalami penurunan sejak Juni 2022 hingga Januari 2023. Namun, jumlahnya kembali mengalami kenaikan sejak Februari 2023. Dari usianya, 38% pengguna Instagram di dalam negeri berada di kelompok umur 18-24 tahun. Sebanyak 30,1% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun. Sebanyak 12,7% pengguna Instagram di Indonesia berusia 35-44 tahun. Kemudian, 11,3% pengguna Instagram di Indonesia berada di kelompok umur 13-17 tahun. Persentase pengguna Instagram di Indonesia yang berusia 45-54 tahun sebanyak 5%. Sisanya berada di kelompok umur 55 tahun ke atas.

Banyaknya informasi yang tersedia pada media sosial mengharuskan kita untuk dapat mimilah–milih informasi apa saja yang kita butuhkan dan bagaimana cara kita mendapatkan informasi tersebut. Saat bersosial media, seseorang harus mampu untuk menganalisis dan menentukan keakuratan informasi dan juga dapat memberi perbandingan informasi yang sama dari berbagai sumber. Dalam era digital dan perkembangan teknologi informasi, media sosial menjadi salah satu platform yang

populer dan sering digunakan oleh banyak orang. Salah satu media sosial yang sangat populer adalah Instagram, yang dikenal dengan fitur berbagi gambar dan video.

Akun Instagram @folkative menjadi salah satu alternatif media online yang menarik untuk dibahas, mengingat saat ini merupakan era digital yang sudah pasti banyaknya pengguna media sosial khususnya Instagram yang menjadikan akun @folkative ini sebagai pemenuhan kebutuhan informasi untuk pengguna Instagram yang mengikutinya. Sekarang ini, banyak akun Instagram yang berisi konten informasi, salah satunya adalah Instagram @Folkative. Instagram @Folkative adalah online media yang ikut berpartisipasi dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi. Folkative sangat jeli melihat celah untuk memilih basis audiens pembacanya. Penyampaian informasi yang di terapkan oleh akun Instagram Folkative yaitu pesan yang pada saat berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya khususnya yaitu pengikut-nya sendiri menjadi sangat mudah dan dapat diterima oleh semua orang. Hal lain yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram Folkative ini yaitu, Folkative memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dibandingkan akun sejenis lainnya yang peneliti ketahui dan menjadikannya akun yang unggul dari akun instagram sejenisnya.

Teknologi informasi dan internet telah memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dari mana saja. Perkembangan teknologi informasi ini menuntut media untuk menyediakan informasi sesuai kebutuhan dan keinginan pengguna. Media informasi menghadapi banyak perubahan dan tantangan dengan perkembangan teknologi yaitu, format baru dan berbeda dalam bentuk digital, dan cara-cara baru untuk memberikan informasi dengan berbagai metode pencarian. Perkembangan informasi dan komunikasi sangat memberikan pengaruh pada kehidupan masa kini. Tingkat kebutuhan informasi individu juga meningkat seiring berkembangnya teknologi. Maka dari itu, sumber informasi yang sesuai dan menunjang kebutuhan informasi bagi semua individu sangat di butuhkan. Media dapat menyediakan segala informasi, mulai dari hiburan, bacaan, pengetahuan dan masih banyak jenis informasi lainnya yang di sediakan oleh media di era modern. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses kebutuhan informasi media memiliki peran yang sangat penting. Saat ini, pengaksesan media sudah menjadi salah satu kebutuhan utama yang harus dipenuhi.

Informasi merupakan kebutuhan dasar yang sangat diperlukan bagi pengguna untuk memperluas pengetahuan, mendapatkan kepuasan, dan meningkatkan keterampilan (Perdana, Rizal, & Khadijah, 2012). Pada awalnya asal muasal berita sekadar tersedia dalam bentuk cetak, tetapi masa ini berganti dalam rupa digital (Nurfadillah, Muhammad, 2021). Pada dasarnya, kebutuhan individu dalam memilih akun yang berisi informasi pada media sosial Instagram berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Oleh karena itu aktivitas individu untuk membaca atau menggunakan media sosial Instagram memiliki tujuan kepuasan dan tujuan yang dicari pun juga berbeda. "Jika setiap individu merasa dengan mereka menggunakan media sosial Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasinya, maka ia akan mengonsumsinya, tetapi jika sebaliknya, maka ia akan mencari media lain yang dirasa lebih dapat memenuhi kebutuhan informasinya" (Rahmah & Rahmah, 2019).

Berdasarkan fenomena dari hasil pra survey, bahwa informasi yg ada di folkative bisa dilihat dari sisi kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal dan keempat aspek tersebut sesuai dengan teori kesempurnaan media, sehingga teori kesempurnaan media dapat digunakan untuk mendefinisikan fokus penelitian.

Teori Kesempurnaan Media atau biasa disebut Media Richness Theory dikemukakan oleh Trevino, Daft dan Langel (1990) pada buku Pace & Faules (2015:188). Daft dan Langel (1984) menyatakan bahwa media memiliki kemampuan yang berbeda untuk mempermudah pemahaman dan media dapat dipandang sebagai “kaya” atau “miskin” berdasarkan pada kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama. “Kaya” dalam artian media yang memiliki kekuatan membawa pesan informasi dan juga terdapat feedback dari informasi tersebut. Sedangkan “miskin” berarti media kurang memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi yang kemudian menyebabkan kebingungan sehingga diperlukan kemampuan tambahan untuk menggunakan media ini. Pemilihan media sebagaimana dicetuskan oleh Daft dan Langel mengemukakan bahwa media yang lebih kaya lebih cocok untuk informasi yang samarsamar dan pesan non-rutin, sementara media yang lebih miskin lebih cocok untuk pesan tegas dan pesan rutin yang dapat langsung di pahami. Media tersebut cocok untuk menyampaikan pesan penting, pesan yang dikhawatirkan menimbulkan ambigu, serta yang membutuhkan pemahaman yang lebih dalam. Contohnya seperti kegiatan negosiasi, wawancara kerja, dan lain lain. Semakin kaya sebuah media, maka semakin efektif dalam menyampaikan pesan. Disebutkan bahwa Daft dan Langel menyatakan 4 kriteria untuk menilai “kekayaan” sebuah media, yaitu: a. Kesegeraan atau *Immediacy* b. Keragaman Isyarat atau *Multiple Cues* c. Variasi Bahasa atau *Language Variety* d. Sumber Personal atau *Personal Source*. Dengan itu, keempat kriteria ini digunakan dalam menganalisis ataupun menilai bagaimana kegiatan penyebaran informasi terkini yang dilakukan folkative pada instagramnya yaitu @folkative.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Jenis penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu rancangan penelitian yang dapat dilakukan dalam berbagai bidang dimana peneliti menganalisis suatu kasus secara mendalam, mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Kasus ini dapat berupa suatu peristiwa, aktivitas, proses, dan program (Creswell, 2016). Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penyebaran informasi akun Instagram @folkative kepada pengikutnya berdasarkan teori kesempurnaan media.

Penelitian ini dilakukan melalui akun instagram @folkative komunikasi online yang memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan memberikan informasi sebagai pengetahuan sertaberita yang lebih cepat dibandingkan media lainnya (Narullah, 2015). Dalam penelitian ini penulis berperan menjadi pengamat turun langsung ke lapangan dan tidak memanipulasi data yang didapatkan selama terjun kelapangan (Rakhmat, 2007). Sumber data primer dalam penelitian ini langsung dari narasumber yang dijadikan objek penelitian key informan akun Instagram @folkative dan Informan pengikut akun @folkative yang pernah berinteraksi memberikan *like* dan komentar mengirimkan informasi. Teknik analisis data penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan mendeskriptifkan dan menganalisis data yang telah diperoleh dan dijelaskan.

Subjek penelitian adalah sumber yang memberikan informasi atau data untuk penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian ditentukan oleh peneliti dengan

menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Subjek penelitian yang memenuhi kriteria tersebut dapat menjadi informan wawancara dalam penelitian ini. Informan yang dipilih untuk diwawancarai berperan sebagai subjek penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi terkait studi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesegeraan Informasi dalam Penyebaran Konten di Instagram @Folkative (*Immediacy*)

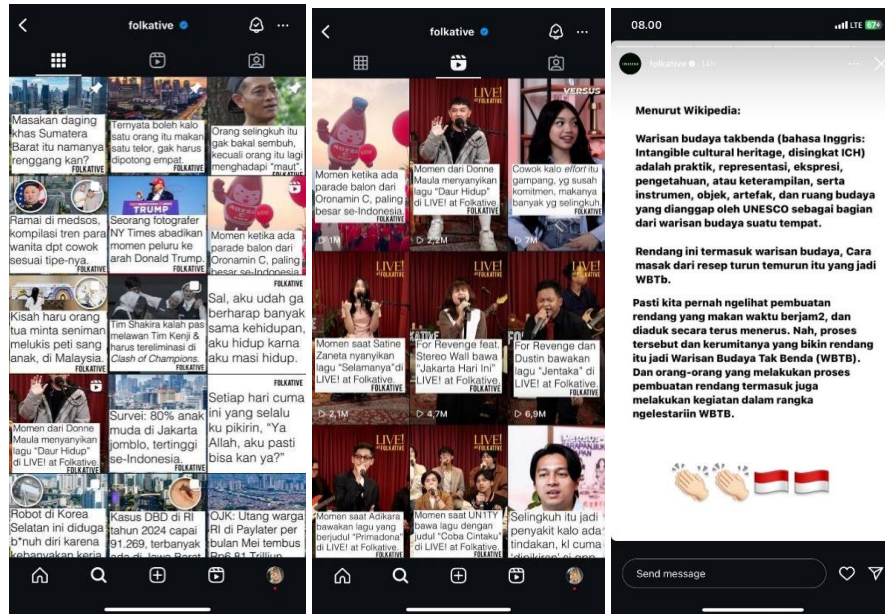
Kesegeraan atau *immediacy* disebut sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan mendapatkan respon secara cepat (Maharani, V. E., & Djuwita, A., 2020). Instagram @Folkative dalam mengunggah konten informasinya memiliki kecepatan atau kesegeraan informasi yang konsisten cepat serta *up-to-date*. Kesegeraan pengunggahan konten merupakan salah satu hal terpenting dalam penyebaran informasi. Instagram @Folkative selalu mengunggah konten informasi dengan cepat dan tanggap. Kesegeraan Informasi konten Instagram @Folkative dianalisis oleh peneliti menggunakan Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*) elemen Kesegeraan (*Immediacy*). Menurut Daft dan Langel dalam buku Pace & Faules (2015:188), "kesegeraan" merujuk pada kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik dengan cepat. Kriteria ini sangat penting dalam media dan dalam proses komunikasi karena penundaan dalam penyampaian informasi dapat menyebabkan isu-isu penting menjadi tidak relevan lagi (Mi'raj, M. Z., & Sya, D. K., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Instagram @Folkative merupakan salah satu akun yang memberikan berita singkat dengan cepat namun tetap aktual dan relevan, pada akunnya, @Folkative selalu mengunggah kontennya dalam waktu singkat setelah adanya berita sehingga konten yang diunggahnya sangat *up to date*. Akun Instagram @Folkative memanfaatkan 3 fitur Instagram yaitu Instagram Feeds, Instagram Reels dan juga Instagram Stories, masing masing dari fitur tersebut dimanfaatkan Folkative untuk menyebarkan konten yang mereka buat agar pengikut dapat menerima informasi dengan cepat. Seperti yang di ungkapkan Mba Elvina pada saat wawancara selengkapnya sebagai berikut:

"Folkative menyajikan berita melalui Instagram Feeds, Instagram Reels dan Instagram Stories, menyajikan konten informasi yang relevan dan singkat sehingga cukup menarik perhatian *audience* dengan cepat yang dapat kita lihat dari *feedback Likes, Comment* dan *Share* disetiap postingan, kita paham banget audiens kita ini tidak selalu punya banyak waktu untuk membaca berita yang panjang dan bertele tele makanya disini kita kemas dengan berita yang singkat tapi tetap menarik buat dibaca dan kita selalu *research* terlebih dahulu sebelum diberitakan, ini penting ya supaya berita yang kita sampaikan benar benar akurat dan dapat dipercaya sehingga cukup *actual* untuk diikuti sekaligus mendapatkan kepercayaan juga dari *audience*" (Hasil wawancara dengan Elvina, tanggal 05/06/2024).

Dengan mengunggah konten informasi melalui 3 fitur tersebut yaitu fitur Instagram Feeds, Instagram Reels, dan Instagram Stories menyatakan bahwa menggunakan fitur tersebut berpengaruh untuk menyebarkan konten kepada pengikutnya lebih cepat. Selain itu, melalui fitur fitur tersebut juga memungkinkan konten yang diunggah oleh

@folkative dapat dilihat oleh pengguna Instagram lain yang bukan pengikut dari Instagram @folkative. Dengan menggunakan ketiga fitur tersebut, penyebaran informasi yang dilakukan Instagram @folkative dapat lebih cepat untuk diterima oleh para pengikutnya maupun hanya pengguna Instagram saja.



Gambar 1. Konten Feeds, Reels dan Stories Instagram @Folkative
Sumber: Instagram @folkative

Gambar 1 merupakan 3 fitur Instagram yang dimanfaatkan oleh akun Instagram @Folkative untuk menyebarkan informasinya secara cepat dan akurat. Jika dilihat pada gambar tersebut, dapat dilihat viewers pada reels Instagram @folkative terbilang relatif stabil. Hal tersebut terjadi karena folkative selalu mengunggah kontennya mengenai informasi terkini dengan waktu yang tepat dan cepat sehingga konten yang dibuat masih relevan dan bermakna yang membuat pembaca merasa terpenuhi akan informasi yang sedang terjadi pada saat itu.

Dengan menyajikan berita yang aktual dan relevan dengan pengikutnya, hal tersebut menjadikan folkative banyak dipilih oleh pengguna Instagram sebagai akun yang menyajikan berita terkini dengan cepat dan tetap aktual karena pengemasannya yang singkat, dan tetap dapat menarik audiens untuk membaca berita terkini. Peneliti melihat bahwa Instagram @folkative menyajikan konten dengan sangat cepat setelah kejadian ataupun berita yang sedang terjadi, hal ini sangat mempengaruhi seberapa banyak audiens yang didapat karena algoritma Instagram selalu memunculkan konten dengan tepat waktu.

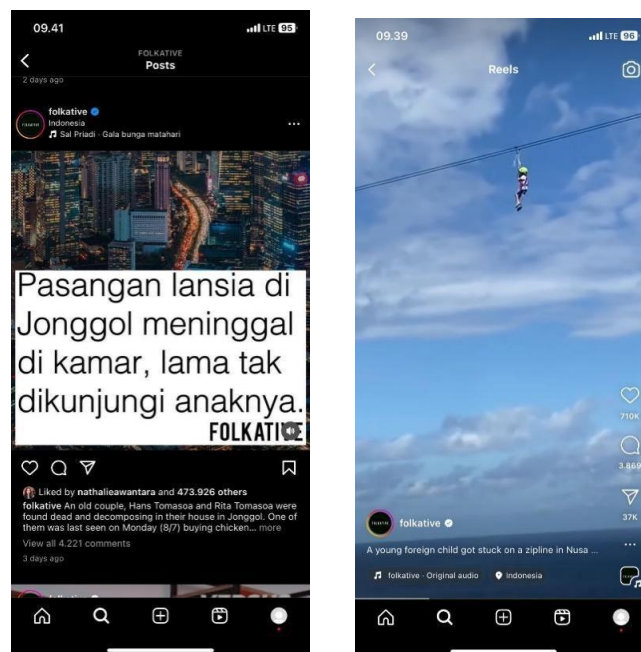
Untuk memastikan konten dapat diunggah dengan tepat waktu dalam situasi yang darurat ataupun peristiwa mendadak, @folkative selalu memastikan bahwa mereka *keep up* dengan berita-berita yang sedang *trending*, mereka juga selalu konfirmasi ke pihak terkait untuk memverifikasi ke aktualan berita yang akan disajikan sehingga mereka dapat menyajikan berita pada akunnya dengan cepat dan aktual. Hal ini juga diungkapkan dalam wawancara dengan Mba Elvina:

"Tentu tim media sosial kami selalu siaga dan berusaha seoptimal mungkin untuk memastikan bahwa kami dapat menyampaikan informasi dengan cepat, terutama kalo misalkan ada situasi darurat atau peristiwa mendadak gitu, tim *social media* kita selalu mengikuti dan *update* tentang berita yang sedang *trending*. Selain itu, setiap anggota tim media sosial kami telah menjalani pelatihan khusus untuk

merespons dengan cepat terhadap situasi darurat. Mereka sudah terbiasa dengan prosedur yang diperlukan untuk memverifikasi informasi dan menyusunnya dalam format yang dapat dipublikasikan secepat mungkin. Kami juga memiliki jaringan luas dengan berbagai sumber berita terpercaya yang membantu kami mendapatkan informasi yang valid dan terkini. Nah, kalo kita udah terima berita terbaru, langsung deh tim kita nyusun dan posting di Instagram pake *template* yang seperti kalian biasanya liat di akun @folkative.

Kami memastikan bahwa semua informasi yang kami sampaikan sudah diverifikasi dengan pihak terkait untuk menjaga keakuratan dan kepercayaan pengikut kami. Proses ini memungkinkan kami untuk menyampaikan berita yang tepat waktu dan relevan, sehingga audiens kami tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan informasi penting." (Hasil wawancara dengan Mba Elvina tanggal 05 juni 2024).

Kemudian, setelah memposting konten di Instagram Feeds, Instagram Reels dan Instagram Stories, umpan balik dari audiens dapat dilihat dari banyaknya *likes*, *comment* dan *share* dari setiap postingan.



Gambar 2. Like, Comment dan Share pada konten instagram @folkative
Sumber: Instagram @folkative

Gambar 2 merupakan 3 fitur lain yang digunakan oleh Instagram @folkative untuk melihat umpan balik dari audiens. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.2 diatas, Instagram folkative mendapatkan umpan balik lebih dari 400 ribu *like* dan lebih dari 4 ribu *comment* pada postingan *feeds*nya dalam rentang waktu 3 hari. Lalu, Instagram @folkative juga mendapatkan lebih dari 700 ribu *like*, lebih dari 3 ribu *comment* dan 37 ribu *share* dari postingan *reels*nya dalam waktu 4 hari. Hal ini sejalan dengan teori kesempurnaan media elemen kesegeraan yang menekankan pada kemampuan media dalam memberikan informasi secara terus menerus dan feedback yang cepat menjadikan kriteria ini sangat penting bagi proses komunikasi karena terjadinya penundaan dapat menyebabkan isu penting menjadi tidak tepat lagi.

Kecepatan dalam mengunggah informasi terbaru di akun Instagram @Folkative telah dinilai sangat memadai oleh dua pengikut aktifnya, Zhafira dan Devira. Mereka merasa bahwa @Folkative selalu berhasil memberikan informasi terkini dengan segera, yang menurut mereka merupakan salah satu keunggulan utama akun ini.

Zhafira dan Devira menjelaskan bahwa kecepatan tersebut membuat mereka selalu mendapatkan *update* terbaru tanpa harus menunggu lama. Ini sangat penting bagi mereka, terutama dalam situasi di mana berita berkembang dengan cepat dan informasi terbaru sangat dibutuhkan. Berikut adalah pandangan mereka secara lebih detail mengenai hal ini:

“Menurut saya, @Folkative sangat baik dalam memberitahu pengikutnya tentang hal-hal terbaru yang terjadi. Mereka selalu memberikan *update* secara rutin dan menggunakan berbagai fitur Instagram seperti *ig stories*, *reels*, dan postingan *feed* untuk menyampaikan informasi terkini. Gaya penyampaian mereka yang menarik dan informatif membuat pengikut selalu tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.” (Hasil wawancara dengan Zhafira pada tanggal 20/06/24)

“Menurut saya @Folkative cukup cepat dalam menginformasikan berita terkini kepada pengikutnya. Mereka secara konsisten menggunakan fitur-fitur seperti Instagram Stories untuk *update real-time*, postingan *feed* untuk informasi lebih mendalam, dan *Reels* untuk konten singkat namun informatif.” (Hasil wawancara dengan Devira pada tanggal 21/06/24)

Dapat dilihat bahwa kecepatan @Folkative dalam mengunggah informasi sangat diapresiasi oleh para pengikutnya. Pandangan ini mengindikasikan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian berita adalah faktor kunci dalam mempertahankan keterlibatan audiens di platform media sosial. Kecepatan pengunggahan yang dilakukan oleh tim @Folkative tidak hanya memastikan bahwa informasi yang disajikan selalu terkini, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas dari para pengikut. Dengan demikian, @Folkative terus berkomitmen untuk menjaga standar tinggi dalam memberikan berita terkini, sehingga para pengikutnya selalu merasa terinformasi dan terhubung dengan peristiwa terbaru. Hal ini menunjukkan pentingnya aspek kecepatan/kesegeraan dalam penyampaian informasi sebagai salah satu elemen penting dalam teori kesempurnaan media.

Cepatnya pemberian informasi yang diberikan oleh akun instagram @Folkative sangat berdampak kepada interaksi dengan audiens mereka dalam hal ini *like*, *comment* dan *share* pada setiap postingan konten informasi @folkative.

Dari interaksi yang mereka ciptakan tersebut dapat membangun kepercayaan dari audiens atau pengikut mereka sehingga kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh instagram @Folkative melalui konten kontennya menjadi efektif karena dapat diterima dengan baik oleh pengikutnya. Hal ini dijelaskan oleh Mba Elvina pada wawancara seperti berikut:

“Lumayan *engange* sih dengan *audience* karena kita sudah ada dari tahun 2018, *like*, *comment* dan *share* yang kita dapatkan bisa dibilang stabil, jadi *audience* kita paham dengan cara kita menyampaikan berita dan banyak juga *audience* dari Folkative yang memberikan informasi melalui platform yang kita punya”

Kemudian dari hasil wawancara peneliti dengan kedua followers aktif Instagram @folkative pun didapatkan bahwa mereka akan melakukan umpan balik dengan *like*, *comment* dan *share* jika mereka merasa konten informasi yang mereka lihat menarik dan sesuai dengan kebutuhan informasi mereka. Selengkapnya diungkapkan dengan kedua informan wawancara yakni Zhafira dan Devira sebagai berikut:

“Aku biasanya akan *like*, *comment*, dan *share* konten dari @Folkative kalau informasinya menarik dan sesuai dengan apa yang aku cari. Misalnya, kalau ada

konten tentang tips produktivitas atau berita terkini yang penting, aku pasti langsung *like* biar nandain juga kalo aku udah baca informasi ini.” (Hasil wawancara dengan Zhafira pada tanggal 20/06/24)

“Kalau kontennya bermanfaat atau aku rasa teman-temanku perlu tau, aku pasti share sih, kadang di *ig story* kadang langsung ke *dm* temen. Apalagi @Folkative kan cepet kalau ada informasi apa apa dan bahasa nya gampang di mengerti terus visualnya juga ga ribet buat dibaca, jadi aku ebih tertarik buat berinteraksi dengan postingan mereka.” (Hasil wawancara dengan Devira pada tanggal 21/06/24)

Dari pernyataan kedua informan tersebut, dapat diartikan bahwa informasi yang diberikan oleh instagram @folkative dapat diterima dengan baik oleh audiens nya sehingga audiens dapat memberikan umpan balik dengan cepat setelah informasi diberikan.

Peran Keragaman Isyarat dalam Interaksi Pengguna (*Multiple Cues*)

Keragaman isyarat diartikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan verbal dan non-verbal seperti ekspresi dan gerakan (Maharani, V. E., & Djuwita, A., 2020). Keragaman Isyarat Instagram @Folkative ini dianalisis oleh peneliti menggunakan teori kekayaan media dengan elemen Keragaman Isyarat (*Multiple Cues*). Keragaman isyarat merujuk pada kemampuan untuk menyampaikan pesan melalui berbagai pendekatan, seperti gerak tubuh, bahasa lisan, suara, dan intonasi. Indikator yang dimaksud dalam unsur ini mencakup penggunaan design, gambar, dan multimedia (seperti audio dan video klip) yang digunakan untuk memperkuat penyampaian pesan. (Tjiptabudi, F. M. H., 2021).



Gambar 3. Keseragaman Design Instagram @folkative

Sumber: Instagram @folkative

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa Instagram @Folkative secara aktif menggunakan beberapa jenis pendekatan isyarat untuk menarik perhatian pengikut dan pengguna Instagram lainnya. Salah satu jenis isyarat yang digunakan dengan aktif oleh folkative adalah design visual dan font yang mereka pakai pada setiap unggahan kontennya. Folkative menggunakan design dan font yang sederhana namun karena ke konsistennya, hal tersebut menjadikan instagram @folkative memiliki ciri khas jika pengguna instagram melihat postingannya. Hal ini juga dijelaskan oleh Mba Elvina selaku informan dari tim folkative selengkapnya sebagai berikut:

“Kita bikin visualnya sederhana aja sih, cuma gambar sama kotak putih yang diisi *font* yang udah jadi ciri khas instagram @folkative. terus juga selalu ada logo

folkative di pinggir supaya kontennya lebih kelihatan resmi dan kredibel kalau ada yang lihat postingan kita.”

Lalu hal ini juga diperkuat dengan pendapat dari pengikut aktif instagram @folkative pada saat wawancara yaitu selengkapnya sebagai berikut:

“Menurut aku konten instagram @folkative visualnya sederhana dan ga ribet tapi tetep menarik, dan menurutku ini bikin yang baca jadi ga pusing dan jadi lebih paham sama isi kontennya. Terus visual dari kontennya yang seragam bikin jadi lebih gampang diinget sih, kayak udah ciri khas aja gitu kalo ini kontennya folkative” (Hasil wawancara dengan Zhafira pada tanggal 20/06/24)

Pada setiap unggahan kontennya, instagram @folkative memiliki visual yang seragam dimana hanya ada gambar yang relevan dengan informasi yang disampaikan dan kotak putih yang berisikan font serta logo folkative. Konten yang diberikan oleh instagram @folkative juga berisi informasi yang sederhana dan singkat namun tetap menarik dengan ciri khasnya sendiri. Visual konten yang seragam menjadikan instagram @folkative memiliki ciri khas yang mudah dikenali dengan pengguna instagram. Hal ini dapat membantu menyampaikan informasi dengan lebih efektif dan berpengaruh terhadap pemahaman audiens karena mereka bisa langsung menangkap inti dari informasi yang disampaikan hanya dengan melihat sekilas. Visual yang konsisten juga membantu memperkuat pesan dan membuatnya lebih berkesan di ingatan audiens.

Dalam menyampaikan konten informasi pada lapak instagramnya, @folkative juga mengandalkan audio pada beberapa postingannya sebagai pendekatan isyarat, seperti menambahkan audio yang sedang tren pada beberapa postingan yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk tidak hanya memberikan informasi yang relevan, tetapi juga untuk menghibur dan terlibat dengan audiens mereka secara lebih mendalam. Folkative selalu berusaha untuk update dengan tren terbaru di platform Instagram, seperti memakai sound atau musik latar yang sedang populer, yang memungkinkan mereka untuk tetap berada di depan dalam persaingan konten di media sosial. Pendekatan ini diakui oleh Mba Elvina, salah satu narasumber dalam wawancara yang sekaligus sebagai social media strategist folkative sendiri, sebagai strategi efektif untuk mempertahankan minat dan keterlibatan pengguna selama mereka menjelajahi feed Instagram. Dengan cara ini, @Folkative tidak hanya berhasil menyampaikan informasi secara efektif, tetapi juga berhasil menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan relevan bagi pengikut mereka. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut:

“Kita seringkali cantumin audio yang sedang trending pada saat informasi itu disampaikan, biar audiens lebih ngerasa deket dan relate sama apa yang kita sampaikan, cantumin sound yang lagi trending juga efektif buat naikin engage kita sih sejauh ini, jadi sampai sekarang trik ini masih kita pakai di beberapa postingan.” (Hasil wawancara dengan Elvina pada tanggal 11/06/24)



Gambar 4. Postingan Instagram @folkative menggunakan Sound Viral
Sumber: Instagram @folkative

Pada Gambar 4. merupakan beberapa postingan instagram @folkative yang menggunakan sound yang sedang trending. Kedua contoh postingan instagram @folkative diatas tersebut berisi informasi yang menceritakan berita yang mengandung kesedihan, sound yang digunakan adalah lagu Gala Bunga Matahari (Sal Priadi) dan Hanya Lolongan (Nabila Taqqiyah). Kedua lagu tersebut adalah lagu yang bernuansa kesedihan. Lagu ini pun sedang trending di semua kalangan dan seringkali digunakan untuk menambahkan kesan atau suasana pada berita yang berisi tentang kesedihan. Sehingga instagram @folkative memanfaatkan lagu tersebut untuk dicantumkan dalam beberapa informasi yang relevan dengan lagu tersebut. Peneliti melihat bahwa sound yang digunakan sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh instagram @folkative. Jika informasi yang diberikan adalah suatu pencapaian atau berita bahagia lainnya, maka sound yang akan dicantumkan juga lagu yang bernuansa ceria. Sedangkan, jika informasi yang diberikan adalah suatu bencana maupun berita kesedihan lainnya, maka sound yang akan dicantumkan adalah lagu yang bernuansa sedih.

Hal ini juga disampaikan oleh salah satu pengikut aktif instagram @folkative pada wawancara selengkapny sebagai berikut:

“Menurut aku konten yang ada soundnya bikin lebih mendalami isi informasi yang disampaikan sama folkative, kayak jadi dibawa suasana aja gitu sama kontennya, aku dan pengikut lainnya juga jadi bisa ngetarain kalo informasi yang lagi disampein tuh sedih atau senang.” (Hasil wawancara dengan Devira pada tanggal 21/06/24)

Penggunaan isyarat visual oleh @folkative tidak hanya memengaruhi pemahaman pengikut, tetapi juga memperkuat brand mereka di platform Instagram. Penggunaan gambar, design, font maupun sound yang digunakan oleh @folkative tidak hanya sekadar untuk menarik perhatian pengguna, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap konten yang mereka bagikan dapat dengan jelas dan efektif menyampaikan pesan yang mereka inginkan. Dengan menggunakan gambar dan design serta font yang seragam, @folkative mampu menghadirkan visual yang menarik dan *eye-catching*, sehingga mampu menarik perhatian pengguna yang sedang melewati feed mereka, dan dengan menggunakan *sound* yang sedang *trending*, audiens yang menerima informasi dari folkative dapat mencirikan emosional dari informasi yang disampaikan.

Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, penggunaan isyarat visual yang kuat juga membantu memperkuat pesan-pesan brand @folkative dalam ingatan pengikut. Dengan menyajikan konten yang konsisten dalam gaya dan estetika mereka yang khas, @folkative berhasil membangun identitas visual yang kuat di Instagram. Ini juga membantu dalam menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan audiens mereka, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut melalui konten yang menyenangkan dan informatif.

Variasi Bahasa Konten Instagram @Folkative (*Language Variety*)

Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol. Selain itu variasi bahasa juga bisa dikatakan sebagai kemampuan penggunaan berbagai macam kata untuk meningkatkan pemahaman (Maharani, V. E., & Djuwita, A., 2020). Variasi bahasa mencakup penggunaan bahasa formal, informal, serta campuran yang sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi. Instagram @folkative menggunakan variasi ini untuk mencapai berbagai kelompok audiens, termasuk generasi milenial dan Generasi Z, yang memiliki preferensi bahasa yang berbeda-beda. Variasi bahasa Instagram @Folkative dianalisis menggunakan teori kekayaan media elemen Variasi Bahasa (*Language Variety*).

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti pun menemukan bahwa variasi bahasa yang digunakan oleh Instagram @Folkative hanya menggunakan linguistik yaitu bahasa indonesia dan bahasa inggris dimana mereka hanya menggunakan bahasa indonesia sehari hari pada gambar kontennya dan bahasa inggris pada *caption*nya. Namun dengan adanya keragaman bahasa dalam konten yang disajikan oleh folkative ini, membuat pengikut maupun pengguna instagram dapat dengan mudah mengerti isi konten atau informasi yang disampaikan oleh folkative. Hal ini pun dijelaskan oleh Mba Elvina sebagai berikut:

“Dari segi *copywriting* kita selalu pakai bahasa yang sederhana dan jelas, lalu kita juga mengambil kutipan yang sedang *trending*, sehingga cukup membuat banyak pembaca tidak asing dengan apa yang coba kita selipkan di dalam berita atau konten yang kita sampaikan, tapi kami tetap menggunakan bahasa yang cukup formal untuk topik yang lebih serius. Dengan menggunakan bahasa yang akrab dan mudah dipahami, kita bisa meningkatkan keterlibatan pengikut kita dan memperluas jangkauan informasi yang kita sampaikan.” (Hasil wawancara dengan Mba Elvina pada tanggal 11/06/24)



Gambar 5. Konten Instagram @folkative menggunakan Bahasa Kekinian dan *Caption* Bahasa Inggris

Sumber: Instagram @folkative

Pada gambar 5 diatas merupakan beberapa postingan Instagram @folkative yang menggunakan bahasa kekinian pada kontennya. Pada gambar diatas terdapat kata "spill" yang berarti "mengungkapkan" dan "ojol" yang berarti "ojek online". Kedua kata tersebut merupakan kata yang seringkali digunakan oleh pengguna media sosial. Kata tersebut sudah menjadi sesuatu yang familiar bagi pengguna instagram sehingga keputusan yang diambil oleh instagram @folkative dalam menggunakan bahasa tersebut sudah tepat sesuai sasaran. Folkative juga terkadang hanya menggunakan bahasa nonverbal pada captionnya yaitu hanya menggunakan emoji yang sesuai dengan isi informasi yang disampaikan.

Hal ini juga disampaikan dengan Mba Elvina pada saat awawancara sebagai berikut:

"iya kita kadang kadang juga pakai emoji biar tetap relevan." (Hasil wawancara dengan Mba Elvina pada tanggal 11/06/24)



Gambar 6. Penggunaan Emoji pada *Caption* Konten Instagram @folkative

Sumber: Instagram @folkative

Pada gambar 6. diatas merupakan beberapa dari konten Instagram @folkative yang hanya menggunakan emoji pada *caption*nya. Peneliti melihat bahwa *caption* yang hanya berisi emoji pada konten Instagram @folkative biasanya diterapkan jika informasi yang disampaikan tidak formal dan hanya sekedar kutipan yang sedang trending, ini membuat konten terlihat ringan namun tetap bisa mencapai target audiens.

Variasi bahasa yang digunakan Instagram @folkative dengan menggunakan bahasa indonesia dan bahasa inggris serta penambahan emoji pada konten konten tertentu ini pun dinilai sudah cukup baik menurut kedua followers aktif @folkative, yaitu Zhafira dan Devira. Selengkapnya mereka mengungkapkan seperti berikut:

"Gaya bahasa yang digunakan oleh Instagram @Folkative cukup ringkas ya jadi bisa dipahami oleh semua kalangan bukan Cuma pengikutnya aja, jadi kalo orang lain liat konten folkative udah pasti langsung familiar gitu, jadi lebih tertarik deh buat baca atau ngikutin konten kontennya folkative" (Hasil wawancara dengan Zhafira pada tanggal 20/06/24)

“Bahasa yang digunakan folkative di kontennya itu cukup dimengerti karena pakai bahasa sehari-hari, folkative juga selalu nulis *caption* pake bahasa Inggris jadi bisa menjangkau audiens lebih luas lagi, sejauh ini saya terbantu karena jadi gampang dimengerti dengan sekali baca.” (Hasil wawancara dengan Devira pada tanggal 21/06/24)

Dengan demikian, variasi bahasa yang digunakan folkative dapat dikatakan tidak terlalu beragam karena melihat perkembangan zaman, menurut mereka audiens lebih cenderung menyukai bahasa non formal yang digunakan sehari-hari sehingga mereka dapat merasa “*relate*” dan tidak merasa asing dengan konten yang disajikan di Instagram @Folkative. Hal tersebut juga dikatakan Mba Elvina pada saat wawancara seperti berikut:

“Kita mengambil kutipan yang sedang *trending*, sehingga cukup membuat banyak pembaca tidak asing dengan apa yang coba kita selipkan di dalam berita atau konten yang kita sampaikan, namun kami tetap menggunakan bahasa yang cukup formal untuk topik yang lebih serius.” (Hasil wawancara dengan Mba Elvina pada tanggal 11/06/24)

Folkative juga selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk seluruh pengikut dan audiensnya agar dapat menerima konten mereka dengan baik dengan bahasa yang mereka gunakan. Folkative menggunakan frasa dan bahasa yang umum dan mudah dipahami masyarakat luas. Hal yang dilakukan Folkative untuk mengimplementasikan bahasa sehari-hari pada akun Instagramnya adalah dengan cara mereka selalu update soal tren di zaman ini. Mereka secara aktif memantau perkembangan bahasa gaul, istilah populer, dan meme yang sedang viral di kalangan pengguna media sosial. Dengan demikian, mereka dapat menyampaikan informasi dengan gaya yang akrab dan relevan bagi audiensnya, sehingga meningkatkan keterlibatan dan interaksi.

Selain itu, Folkative sering menggunakan gaya bahasa informal dan santai yang membuat pengikut merasa lebih dekat dan terhubung secara personal dengan konten yang disampaikan. Penggunaan bahasa yang ramah dan mudah dimengerti ini juga membantu menyederhanakan informasi kompleks, Misalnya, ketika menyampaikan berita atau informasi terkini, Folkative akan memecahnya menjadi potongan-potongan kecil yang mudah dipahami dan menggunakan sehingga lebih mudah dicerna oleh berbagai lapisan masyarakat, tidak hanya pengikut folkative saja namun siapapun pengguna Instagram yang melihat konten di Instagram @folkative dapat mencerna informasi yang diberikan oleh folkative dengan mudah sehingga Instagram @folkative dapat menjangkau audiens yang lebih luas bukan hanya pengikutnya saja.

Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman pengguna, tetapi juga memperkuat kesan bahwa Folkative adalah sumber informasi yang *up-to-date* dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, audiens diluar pengikut folkative juga dapat menerima informasi yang disampaikan oleh folkative dan mencernanya dengan mudah karena variasi bahasa yang digunakan oleh Instagram @folkative mudah dimengerti. Dengan demikian, pengikut merasa lebih nyaman dan tertarik untuk terus mengikuti dan berinteraksi dengan konten yang disajikan. Secara keseluruhan, penggunaan bahasa sehari-hari yang *update* dengan tren terkini adalah salah satu strategi efektif yang digunakan Folkative untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan audiensnya di Instagram.

Pendekatan *copywriting* yang digunakan oleh @folkative menunjukkan kesadaran mereka akan pentingnya bahasa yang mudah dipahami dalam menyampaikan pesan

kepada audiens mereka. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas, mereka tidak hanya mempermudah audiens dalam memahami informasi yang disampaikan, tetapi juga memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif dan tanpa ambigu. Penggunaan kata-kata dan frasa yang tepat dalam konten mereka membantu dalam menjelaskan berbagai informasi dengan singkat namun padat. Hal ini penting dalam lingkungan media sosial yang sering kali menuntut pesan yang langsung dapat dipahami dalam waktu singkat. Dengan demikian, audiens dapat langsung menangkap inti dari setiap konten yang dibagikan tanpa perlu menghabiskan waktu untuk memecahkan atau mengartikan informasi yang rumit. Selain itu, pendekatan ini juga berkontribusi dalam membangun keterhubungan yang kuat antara @folkative dengan audiens mereka. Dengan menggunakan bahasa yang akrab, mereka dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengikut mereka di platform Instagram. Hal ini karena audiens merasa nyaman dan terlibat dalam setiap interaksi dengan konten mereka, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan partisipasi dalam aktivitas yang mereka bagikan. Secara keseluruhan, strategi penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas oleh @folkative bukan hanya strategi komunikasi yang efektif, tetapi juga merupakan upaya untuk menciptakan pengalaman positif bagi audiens mereka. Dengan memperhatikan aspek ini, mereka berhasil membangun identitas brand yang kuat dan menarik di platform media sosial, serta memperluas jangkauan informasi yang mereka sampaikan kepada lebih banyak orang.

Sumber Personal Instagram @folkative (Personal Source)

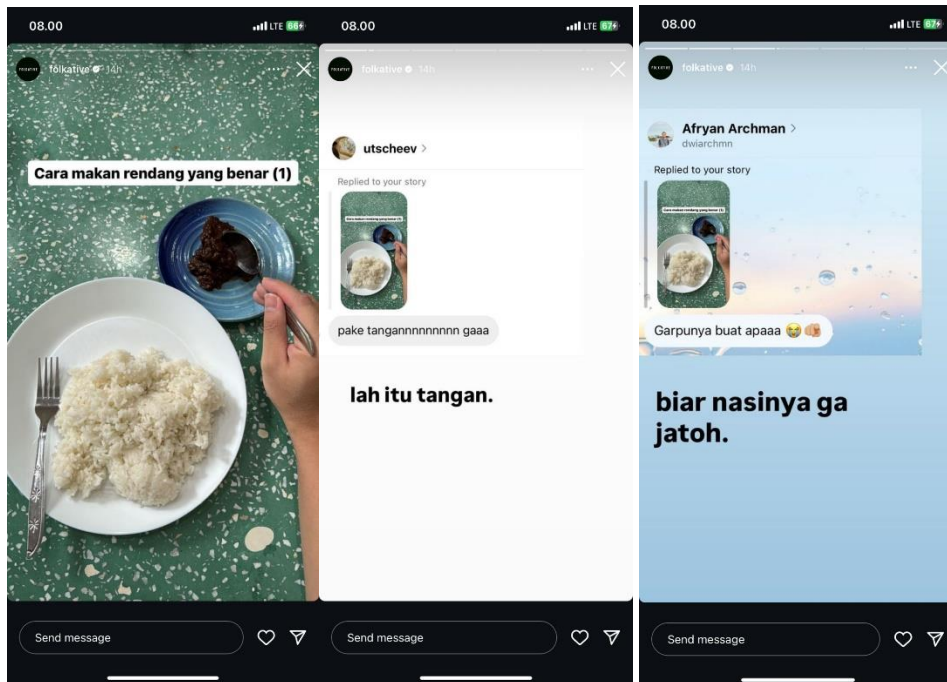
Sumber personal atau personal source juga diartikan sebagai kemampuan media untuk mengantarkan perasaan personal dan emosi dari komunikator (Maharani, V. E., & Djuwita, A., 2020). Kehadiran sumber personal yang kredibel dan autentik sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan. @folkative sering menampilkan konten yang dibuat atau didukung oleh individu-individu yang dianggap memiliki otoritas atau keahlian di bidangnya, seperti seniman, musisi, atau tokoh budaya lokal. Sumber personal dan kepercayaan pengikut dianalisis menggunakan teori kekayaan media dengan elemen personal source. Dalam kriteria sumber personal, kemampuan media untuk menyampaikan perasaan dan emosi dari pihak-pihak yang berkomunikasi sangatlah penting, contohnya berinteraksi. Pada instagramnya, @Folkative berinteraksi melalui *direct message* atau pesan, menerapkan folkative session untuk sesi tanya jawab di instagram stories, dan komentar yang ditautkan pada setiap postingan.

Memanfaatkan fitur-fitur seperti postingan *feed*, *komentar*, *likes*, dan *caption* untuk memperkuat eksistensinya. Dengan menggunakan postingan *feed*, Folkative dapat menyajikan konten yang menarik secara visual, sementara *komentar* dan *likes* memungkinkan interaksi langsung antara pengikut dan akun, menciptakan rasa keterlibatan yang lebih personal. *Caption* yang ditulis dengan cermat juga berperan dalam menyampaikan emosi dan nuansa tertentu, menjadikan pesan lebih kaya dan bermakna. Semua elemen ini bekerja sama untuk memenuhi kriteria sumber personal dalam teori kekayaan media, membantu akun Folkative untuk lebih efektif dalam menyampaikan perasaan dan emosi kepada audiensnya. Untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan para audiens, folkative melakukan beberapa hal untuk menciptakan interaksi antara tim folkative dengan audiens seperti adanya program folkative session di Instastory dimana Folkative membuka fitur kotak pertanyaan di Instastory dan diisi oleh para pengikutnya. Topiknya beragam, mulai dari hal hal yang sedang terjadi pada saat itu, mulai dari topik yang penting dan serius hingga topik yang sebenarnya sangat santai dan tidak begitu formal. Lalu, folkative

juga menyimpan sesi ini di sorotan instagramnya sehingga audiens yang tidak sempat melihat sesi ini dapat melihatnya kembali dibagian sorotan instagram @Folkative.

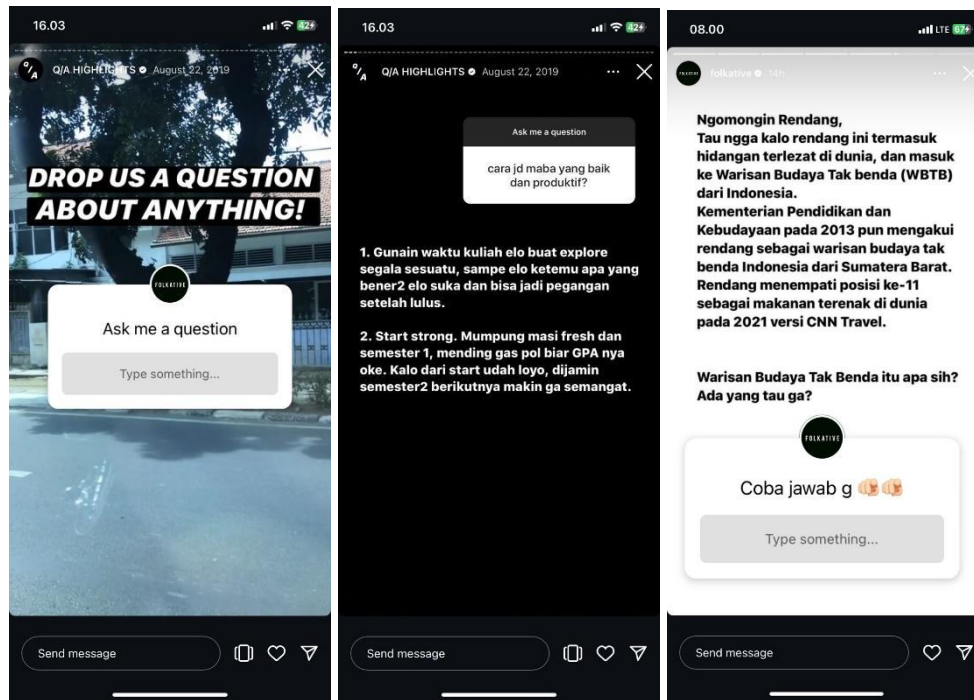
Seperti yang dikatakan Mba Elvina pada saat wawancara yaitu sebagai berikut :

“Interaksi Folkative dengan audiens biasanya jika ada dm kita *share* lagi ke Instagram story biar yang lain juga bisa liat interaksi kita, terus juga kita ada interaksi ketika kita membuat program folkative session di story dimana kita buka kotak pertanyaan dan audiens mengisinya lalu kita jawab kembali dengan Instagram stories. dan untuk di Instagram feed kita hanya *pinned comment* tanpa adanya balasan komentar.” (Hasil wawancara dengan Mba Elvina pada tanggal 11/06/24)



Gambar 7. Direct message dan Instagram Story @folkative
Sumber: Instagram @folkative

Pada Gambar 7. diatas adalah contoh dari interaksi yang dilakukan instagram @folkative melalui direct message yang dibagikan kembali melalui fitur Instagram Stories. Hal ini dilakukan agar audiens lain ikut berpartisipasi dalam interaksi yang dilakukan @folkative dengan audiensnya. Pada gambar 7 diatas juga menjadi salah satu contoh bahwa folkative membangun interaksi personal dengan audiens menggunakan bahasa yang santai dan topik yang ringan namun, tetap ada informasi yang ingin disampaikan oleh instagram @folkative untuk audiensnya seperti gambar dibawah (Gambar 8). Instagram @folkative membuat *story* dengan *caption* “cara makan rendang yang benar” namun dalam unggahannya ia menggunakan sendok dan garpu, hal ini memicu keinginan audiens untuk berinteraksi dengan membalas *story* tersebut karena pada umumnya masyarakat indonesia memakan rendang menggunakan tangan saja.



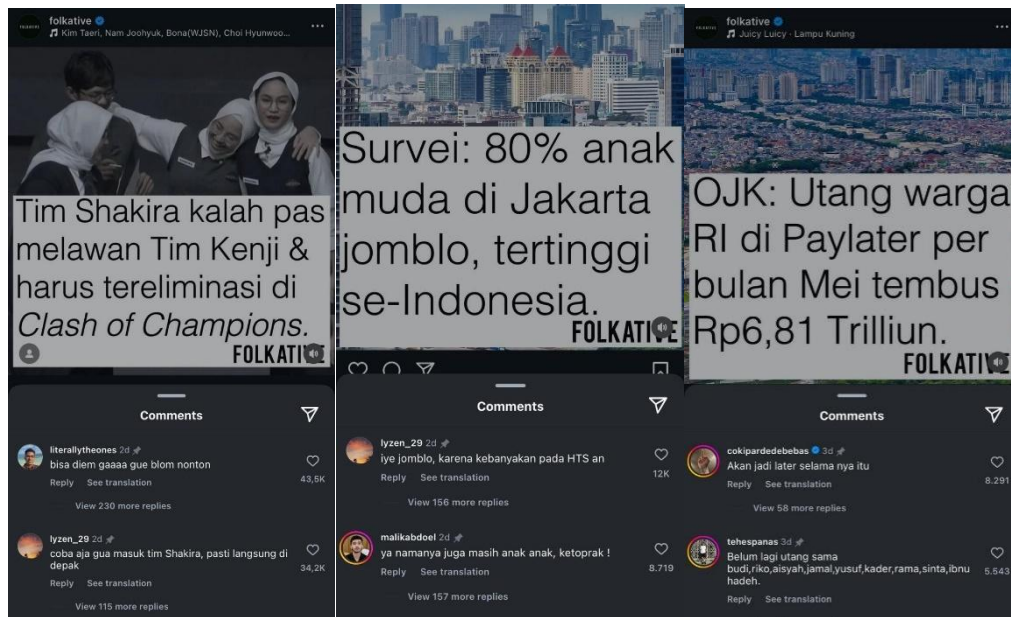
Gambar 8. Program Folkative Session di Instagram Stories @Folkative
Sumber: Instagram @folkative

Pada gambar 8. diatas adalah contoh dari interaksi yang dilakukan oleh folkative dengan pengikut mereka. Program Folkative session yang diciptakan oleh folkative adalah upaya pendekatan tim instagram @folkative dengan para pengikutnya, sekaligus berbagi pengalaman dan juga pengetahuan dari berbagai sudut pandang. Folkative juga mengusahakan agar session yang diberikan benar benar sesuai dengan kebutuhan informasi pengikutnya, maka dari itu mereka membuka kotak pertanyaan untuk memastikan bahwa hal yang akan dibahas di program folkative session ini benar benar sesuai dengan kebutuhan informasi pengikutnya.

Interaksi personal yang dilakukan Instagram @folkative dengan audiens pun dinilai baik oleh kedua followersnya yaitu Zhafira dan Devira. Selengkapnya sebagai berikut:

“Kalau buat interaksi biasanya @folkative suka balesin dm terus di *share* lagi ke Instagram Stories, itu lumayan ngebuat interaksi sih antara folkative sama audiensnya jadi sudah cukup bagus.” (Hasil wawancara dengan Zhafira pada tanggal 20/06/24)

“Interaksinya udah ada cuma mungkin perlu ditingkatkan lagi aja, folkative juga suka bikin qna di instagram storynya tapi yang perlu ditingkatkan mungkin untuk di kolom komentar ya, yang saya lihat folkative masih jarang membalas komentar dari audiensnya sih cuma disematkan aja komentar komentar yang menarik, tapi sudah cukup bagus interaksinya untuk platform sebesar itu.” (Wawancara dengan Devira pada tanggal 21/06/24)



Gambar 9. Pinned Comment pada Postingan Konten di Instagram @Folkative
Sumber: Instagram @folkative

Pada gambar 9 diatas terdapat beberapa komentar yang disematkan pada konten instagram @folkative. Instagram @folkative melakukan *pinned comment* pada setiap postingannya bertujuan agar pengikut maupun audiens lain berlomba lomba menyampaikan pendapatnya di kolom komentar. Hal ini dijelaskan oleh Mba Elvina pada saat wawancara sebagai berikut:

“Salah satu strategi yang cukup berhasil kita lakukan adalah *pinned comment* yang menarik disetiap postingan kita sehingga membuat *audience* kita merasa senang dan berlomba dalam menyampaikan opini yang menarik.” (Hasil wawancara dengan Mba Elvina pada tanggal 11/06/24).

Namun, keterlibatan tim folkative dalam membalas komentar pada postingannya sejauh ini masih belum diterapkan, sehingga perlu ditingkatkan kembali mengenai interaksi dari tim folkative pada kolom komentar agar audiens merasa lebih terhubung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis penyebaran informasi terkini di Instagram @folkative, ditemukan bahwa Instagram @folkative menerapkan keempat elemen penting yaitu kesegeraan (*immediacy*), keragaman isyarat (*multiple cues*), variasi bahasa (*language variety*) dan sumber personal (*personal source*) dan keempat elemen ini sesuai dengan teori kesempurnaan media.

1. Kesegeraan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Instagram @folkative sudah baik sehingga umpan balik yang didapatkan dari audiens sangat cepat. Instagram @folkative memanfaatkan 3 fitur Instagram dalam penyebaran informasinya yaitu Instagram Feeds, Instagram Reels, dan Instagram Stories. Lalu, untuk melihat umpan balik dari penyebaran informasi yang dilakukan, @folkative memanfaatkan fitur *like*, *comment* dan *share* sebagai acuan kecepatan umpan balik yang didapatkan.
2. Keragaman isyarat yang dilakukan Instagram @folkative dalam penyebaran informasinya sudah cukup baik. Berdasarkan analisis dari teori kesempurnaan media elemen keragaman isyarat (*multiple cues*) terdapat beberapa isyarat yang

dilakukan oleh instagram @folkative yaitu desain konten seperti gambar, *font*, logo, dan juga audio sebagai tambahan fitur dalam beberapa postingan. Hal ini membuat instagram @folkative memiliki ciri atau suatu isyarat yang membuat audiens mengenali akun instagram @folkative.

3. Variasi bahasa yang digunakan oleh Instagram @folkative dalam konten informasinya terbagi menjadi dua yaitu bahasa indonesia dan bahasa inggris. Berdasarkan analisis dari teori kesempurnaan media elemen variasi bahasa (*language variety*) dan hasil wawancara, didapatkan bahwa Instagram @folkative menggunakan bahasa indonesia yakni bahasa sehari-hari yang umum digunakan oleh pengguna Instagram. Lalu, Instagram @folkative juga mencantumkan bahasa inggris pada *caption* di setiap postingannya agar konten informasi yang disampaikan mampu menjangkau audiens yang lebih beragam sehingga memperluas jangkauan dan dampak informasi yang mereka sampaikan. Folkative juga terkadang menggunakan emoji yang relevan dengan kontennya sebagai bahasa nonverbal.
4. Sumber personal yang dilakukan Instagram @folkative sudah cukup baik, dalam hal ini dilihat dari bagaimana Instagram @folkative membangun interaksi antara tim folkative dengan pengikutnya maupun pengguna Instagram. Berdasarkan analisis dengan teori kesempurnaan media elemen sumber personal (*personal source*) dan hasil wawancara didapatkan bahwa sumber personal yang dilakukan oleh Instagram @folkative yaitu, menerima *direct message* yang kemudian dibagikan diposting Instagram Storiesnya agar audiens yang lain juga ikut terlibat dalam topik percakapan yang sedang dibahas. Selain itu Instagram @folkative juga memiliki program "folkative session" dimana Instagram @folkative membuka kotak pertanyaan yang akan diisi oleh audiens lalu dijawab kembali oleh tim folkative dan dibagikan di Instagram stories. Selanjutnya, pada setiap postingannya, Instagram @folkative menautkan komentar yang sekiranya relevan dengan isi konten, hal ini membuat audiens merasa berlomba-lomba untuk menyampaikan pendapat yang menarik pada kolom komentar postingan Instagram @folkative. Namun, keterlibatan tim folkative dalam membalas komentar pada postingannya sejauh ini masih belum diterapkan, sehingga perlu ditingkatkan kembali mengenai interaksi dari tim folkative pada kolom komentar agar audiens merasa lebih terhubung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariqo, W., & Winoto, Y. (2021). Transformasi Layanan Perpustakaan Berbasis Media Sosial Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kelompok Milenials. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan dan Ilmu Informasi*, 3(1), 11-27.
- Sulastri, S., & Prasetyawan, Y. Y. (2017). Pemanfaatan Situs Media Sosial Grup Facebook Racana Diponegoro (Pramuka Undip) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Racana Diponegoro UNDIP. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 451-460.
- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram@ detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112-117.
- Rufaidha, N. F., & Irhandayaningsih, A. (2022). Perilaku Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro dalam Pemanfaatan Fitur Trending Topic Twitter Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 6(4), 493-504.

- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48-59.
- Delima, I. D., & Nadiyah, Z. (2020). Peran Website Sistem Informasi Akademik Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi
- MAHASISWA. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 100-109.
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489-497.
- Karmila, K., & Mahyuzar, M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Grup Messenger Line di Kalangan Mahasiswa Dalam Mendapatkan Informasi Perkuliahan (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poilitik Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(1).
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022, July). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. In *Bandung Conference Series: Public Relations (Vol. 2, No. 2, pp. 311-317)*.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan "Twitter Tmcpoldametro" dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21-28.
- Fauziyyah, S,N & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume III, No. I, 13-23. <https://jurnalumbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/479>.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Putra, R. S., & Irwansyah, I. (2020). Media komunikasi digital, efektif namun tidak efisien, studi media richness theory dalam pembelajaran jarak jauh berbasis teknologi di masa pandemi. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-13.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-42.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23-36
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).

- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, 8(3).
- Yunus, Y. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Hubungan Dengan Pendengar Ms Radio. *Kinesik*, 7(3), 293-302.