

Analisis Pemaknaan Konten Instagram @unmermadiun Dalam Membangun Makna Edukasi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun

Offy Ayuningtiyas
Universitas Merdeka Madiun
offyayu@gmail.com

Zulin Nurchayati, S.Psi.M.Si
Universitas Merdeka Madiun
zulinnurchayati@gmail.com

Dr.Nunik Hariyani,S.Sos., M.A
Universitas Merdeka Madiun
hariyani_nunik@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to examine the acceptance of followers of the Instagram @unmermadiun account for content (photos, videos, texts) in building the meaning of education on Instagram social media. The paradigm of this research is constructivism with the type of qualitative research. Data were collected using in-depth interviews, observation and documentation. Technical data analyst with the stages of data collection, data selection, data presentation and drawing conclusions. The theory used is Reception Theory Analysis by Stuart Hall. The informants of this study were fourteen people who followed the Instagram account @unmermadiun with different backgrounds. The results showed that ten informants were in a dominant position, four were in a negotiating position, and informants in opposite positions were not found. (1) In a dominant position, the informants interpret that the contents of the Instagram account @unmermadiun as a goal to build educational meaning, so they also like and agree with it and apply the thoughts conveyed by the account. (2) In a negotiating position, the informant has meaning and is reluctant to take it for granted, understanding the mind at first is important to them.*

Keywords: *Reception Analysis, Institutions, Social media, Instagram, Students*

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan internet mulai merambah dan mendapatkan posisi yang kuat di deretan media massa yang lebih dahulu ada sejak tahun 2003. Ketika internet mulai dikenal masyarakat sekitar tahun 2000-an sudah dikenal sebagai era *blogging* di Indonesia, tepatnya tahun 2003. Banyak masyarakat yang pada akhirnya membuat komunitas *blogger*. Tahun 2004 pun menjadi era berkembangnya sosial media di Indonesia sampai sekarang 2019. Hal itu pun terlihat ketika perangkat – perangkat komputer baik *hardware* dan *software* terus berkembang, sejauh itu pula sambutan

masyarakat terhadap media ini amat sangat antusias. Para pengelola media juga harus melakukan hal-hal tersebut. Respon yang sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator terhadap pesan yang diterima terhadap pesan yang diterima khalayak adalah tujuan komunikasi. Respon tersebut merupakan hasil dari sejalannya interpretasi *followers* akun Instagram @unmermadiun yang merupakan akun Lembaga Perguruan Tinggi dan Universitas yang akan peneliti fokuskan dalam penelitian komunikasi.

Peneliti menggunakan media sosial Instagram untuk membangun makna khalayak terutama mahasiswa

FISIP Universitas Merdeka Madiun karena hampir sebagian masyarakat memiliki akun Instagram. Dahulu awal munculnya Instagram pada tahun 2010, Instagram hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan *caption* (keterangan foto) saja. Tapi tidak untuk era digital sekarang ini. Instagram mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi. Tampilannya yang menarik dan mudah (*eye catching*), masyarakat modern lebih memilih untuk membaca, melihat, dan mendengarkan lewat foto, teks, video atau audio yang diunggah oleh akun Instagram @unmermadiun. Meskipun selama ini banyak Lembaga Perguruan Tinggi yang memanfaatkan media sosial Instagram yang digunakan untuk media publikasi atas kegiatan kreativitas mahasiswa, yang kemudian nantinya pasti akan muncul adanya keinginan *followers* (pengikut) akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun untuk lebih melihat bagaimana seorang mahasiswa memaknai kalau Lembaga Perguruan Tinggi memanfaatkan media sosial Instagram dalam mempublikasikannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Konten Instagram @unmermadiun Dalam Membangun Makna Edukasi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun. Terutama dalam kajian *Resception Analisis* konten Instagram utamanya dengan informan

Penelitian selanjutnya yaitu skripsi yang berjudul “RESEPSI FOLLOWERS AKUN @beraniberhijrah TERHADAP PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”, oleh Gifari Asfahani dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

mahasiswa tentang pemaknaan pada konten institusi oleh mahasiswa. Sedangkan Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi, terutama dalam kajian *Resception Analisis* Konten Instagram.

LANDASAN TEORI

Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Yang pertama skripsi yang berjudul “Analisis Pesan Foto Dan Teks Akun Instagram @KulinerDiSolo Yang Efektif Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Di Solo” yang ditulis oleh Sri Hartini Dewi Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun 2017. Persamaan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini juga menganalisa penggunaan sebuah akun Instagram sebagai *reception analisis* konten Instagram. Adapun tujuan penelitian oleh Sri Hartini Dewi untuk mengetahui seberapa efektifkah isi pesan dan teks akun Instagram @KulinerDiSolo dalam mempromosikan wisata kuliner di Kota Solo. Dalam penelitiannya akan menunjukkan bahwa isi pesan akun Instagram @KulinerDiSolo secara keseluruhan memenuhi kriteria isi pesan yang efektif dengan menggunakan analisis isi yang bersifat *deskriptif*. (Dewi, 2017). 2018. Penulis memfokuskan kajian mengenai resepsi *followers* akun @beraniberhijrah terhadap pesan dakwah di media sosial Instagram. Berdasarkan rumusan masalah, penulis menarik kesimpulan resepsi para *followers* terhadap pesan dakwah pada akun Instagram @beraniberhijrah memiliki

posisi pembacaan yang seragam. Menurut Aldilla Dharma melalui media sosial Instagram ini merupakan cara pendekatan terbaik pada anak-anak muda. Jika melihat dari tiga kategori posisi pembacaan menurut teori Stuart Hall, terdapat posisi *dominan*, posisi *negosiasi*, dan posisi *oposisi*. (Asfahani, 2018)

Berikutnya merupakan penelitian oleh Cahya Tunshorin pada tahun 2016, yang berjudul Analisis Resepsi Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan Analisis Resepsi oleh Stuart

Landasan Teori

Reception Analisis (Analisis Resepsi)

Dengan semakin majunya zaman dan berkembangnya teknologi, khalayak memiliki pengetahuan yang memumpuni sehingga khalayak menjadi aktif dalam bermedia dan mampu mengolah dan memaknai pesan yang disampaikan media. Analisis resepsi lebih berfokus pada khalayak yang meresepi teks, mengamati, dan mengambil kesimpulan. (Alasuutari, 1999)

Saat mengonsumsi media, khalayak yang memutuskan dan menilai tentang apa yang mereka konsumsi. Khalayak pada umumnya memiliki kebebasan dalam menolak dan memilih pengaruh media yang dirasa cocok dengan mereka. Pada teori analisis resepsi ini untuk memahami tentang kemampuan peran khalayak aktif dalam memaknai, menganalisis, mengevaluasi pesan yang diberikan media, yang dikenal sebagai studi penerimaan atau analisis resepsi. Pemaknaan pesan yang dilakukan khalayak juga dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman dan budayanya.

Stuart Hall merupakan ahli teori kajian budaya yang mengungkapkan bagaimana khalayak memaknai teks

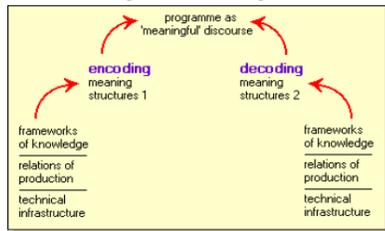
Hall dengan bertujuan untuk mengetahui alasan yang memotivasi masyarakat untuk menerima budaya K-Pop. Subjek dari penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan anggota EJDance dan merupakan penelitian jenis kualitatif. Setelah dilakukan penelitian, dapat ditemukan hasil, bahwa penerimaan k-pop simulai dari proses pemaknaan (*decoding*) yang dilakukan oleh informan terhadap K-Pop. Pemaknaannya sendiri, berada dalam pola pemikiran *dominant reading* dan *negotiated reading*. (Tunshorin, 2016) media. Setiap individu memiliki latar belakang budaya, pengalaman, ideologi, dan pemikiran yang berbeda maka dari itu mereka memiliki cara pemahaman dan pemaknaan yang berbeda Analisis resepsi milik Stuart Hall ini berfokus pada produksi, makna, dan pengalaman khalayak yang kemudian dikenal dengan istilah encoding dan decoding. (Hall, 1973)

Menurut Stuart Hall, dalam analisis resepsi khalayak harus bisa menafsirkan kode pada pemahaman teks media (cetak, elektronik, media) pada pesan yang disampaikan, agar khalayak dapat memaknai seluruh pesan dengan utuh (Baran, 2010). Karena beberapa pesan memiliki makna lebih dari satu, maka khalayak diharap dapat mengartikan makna dengan berbeda-beda sesuai dengan pemahaman khalayak dan dipengaruhi latar belakang pengalamannya agar lebih memahami pemaknaan dari isi pesan tersebut.

Menurut Stuart Hall, sebuah pesan harus melalui proses mengolah pesan yang diterima (*encoding*) kemudian menggunakan hasil encoding tersebut untuk memaknai sebuah pesan (*decoding*) (Alasuutari, 1999). Model *encoding* dan *decoding* milik Stuart Hall melakukan

pendekatan komunikasi massa sebagai proses dimana pesan dikirim dan kemudian diterima dengan efek atau dampak tertentu. Sehingga pesan yang diterima khalayak kemudian menimbulkan dampak yang berbeda karena khalayak memahami dan mengolah terlebih dahulu kode pesan tersebut dan menghasilkan makna yang beragam. Proses pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman khalayak sebagai penerima pesan.

Model Komunikasi
Encoding Decoding Stuart Hall



**Gambar 2.1 Model
Encoding-Decoding Stuart Hall (Hall,
1980)**

Berdasar gambar diatas dapat dijelaskan bahwa pada proses produksi makna (*encoding*) yang dilakukan oleh produsen pesan kemudian menghasilkan sebuah pesan dominan. Kemudian, makna yang dibentuk oleh pembuat makna (*meanings structure 1*) disampaikan kepada khalayak melalui berbagai medium. Makna yang diberikan ini lebih didominasi oleh produsen pesan (*sender*).

Dari makna yang disampaikan akan menghasilkan berbagai makna yang beragam. Khalayak pun memaknai pesan yang diterimanya secara berbeda karena dipengaruhi dengan beberapa faktor yang mempengaruhinya, seperti, latar belakang pengetahuan (*framework of knowledge*), hubungan dalam produksi (*relations of*

production), dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*).

1. *Frameworks of Knowledge*
2. *Relation of Production*
3. *Technical Infrastructure*

Hubungan antara *frameworks of knowledge*, *relation of production*, dan *technical infrastructure* ini tidak dapat dipisahkan untuk mendapatkan sebuah pemaknaan. Makna yang dihasilkan oleh khalayak (*meanings structure 2*) adalah bentuk dari reproduksi dari sebuah produksi makna. Khalayak tidak serta merta menelan utuh pesan yang diberikan oleh pembuat pesan (*sender*), akan tetapi mereka akan mengolah pesan itu menjadi sebuah makna baru.

Menurut (Stuart Hall, 1974) ada tiga posisi tipe ideal berdasarkan pemaknaan dari khalayak, yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. (Alasuutari, 1999)

- a. *Dominant-hegemonic position*
- b. *Negotiated position*
- c. *Oppositional position*

Tinjauan tentang Instagram

1. Definisi Instagram

Di zaman sekarang ini, teknologi semakin canggih. Hal ini terlihat juga dengan semakin banyaknya aplikasi baru yang bermunculan, dan salah satunya yang menarik perhatian adalah Instagram. Instagram berasal kombinasi kata “Insta” dan “Gram”, maka terbentuklah sebutan Instagram yang memiliki fungsi untuk mengupload setiap foto yang dihasilkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan aplikasi pada *smartphone* yang digunakan untuk membagikan foto dan video. (Rahmawati, 2016)

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya *aplikasi photo sharing revolusioner* Instagram. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (*Apple*), Bill Gates pendiri (*Microsoft*), Mark Zuckerberg pendiri (*Facebook*), Matt Mullenweg pendiri (*Wordpress*), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda. (Atmoko, 2012)

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjangkit 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data *center* untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunaannya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis Cloud Amazon yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama *twitter* membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama.

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk *platform* IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk

mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur *hashtag* atau *tagar* pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram mendapatkan *like* sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan Flickr yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. Instagram dirilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang *live filter*, *instan tilt shift* dan resolusi tinggi.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan *filter digital* untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012) yaitu sebagai berikut :

- a) *Home Page*
- b) *Comments*
- c) *Explore*
- d) *Profil*

4. Pengguna Instagram (Followers)

Followers adalah sistem sosial di dalam Instagram yang membuat akun pengguna menjadi pengikut (*follow*) suatu akun instagram lainnya. Dengan

adanya sistem *follow* ini dapat terjadi komunikasi antara sesama pengguna akun Instagram. Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan untuk mendapat kepuasan dari media tersebut. Setelah menggunakan media massa tersebut akan timbul hubungan antara individu yang mengkonsumsi sisi media tersebut dengan media massa. Bila timbul rasa puas, maka dapat dikatakan antar keduanya terjalin hubungan *positif*. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan yang *negatif* bila individu tersebut merasa tidak puas karena mereka mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut penelitian dari Chris Heuer pendiri *Social Media Club* dan inovator media baru, berpendapat dalam buku *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (Solis, 2010) bahwa terdapat 4 C dalam penggunaan sosial media, diantaranya Instagram memiliki :

1. *Context*
2. *Communication*
3. *Collaboration*
4. *Connection*

Teori dari Chris Heuer menjelaskan bahwa komponen 4C merupakan komponen yang harus ada dalam setiap media sosial. Hal ini bertujuan untuk membuat media sosial tersebut mudah untuk digunakan serta bisa memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya.

Tinjauan tentang Edukasi

1. Pengertian Edukasi

Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk

mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Notoadmojo, 2003). Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, sudah semestinya usaha dalam menumbuh kembangkan pendidikan secara sistematis dan berkualitas perlu terus di upayakan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat dicapai secara optimal. Pendidikan memiliki arti penting bagi individu, pendidikan lebih jauh memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan suatu bangsa.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan terkait pentingnya edukasi atau pendidikan itu sendiri dalam penelitian ini dalam merencanakan, memantau, mengaplikasikan metode, mendeskripsikan, dan mengevaluasi hasil terhadap pengetahuan akan teknik dan metode apa saja yang diketahui oleh para responden penelitian yakni khususnya para mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Merdeka Madiun.

2. Fungsi dan Manfaat Media Pembelajaran

Hamalik (Arsyad, 1997) mengemukakan bahwa pemakaian media pembelajaran dalam proses belajar mengajar akan dapat membangkitkan keinginan dan minat yang baru, membangkitkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar dan bahkan membawa pengaruh-pengaruh psikologis terhadap siswa. Penggunaan media pembelajaran pada tahap orientasi pembelajaran akan sangat membantu keefektifan proses pembelajaran dan penyampaian pesan

serta isi pelajaran pada saat itu. Disamping itu juga dapat membantu mahasiswa meningkatkan pemahaman, menyajikan data dengan lebih menarik, memudahkan penafsiran data dan dapat memadatkan informasi yang disampaikan.

Levie dan Lentz (Arsyad, 1997) mengemukakan empat fungsi media pengajaran khususnya media visual. Yaitu peneliti menggunakan media sosial Instagram @unmermadiun sebagai berikut :

1. Fungsi Atensi
2. Fungsi Afektif
3. Fungsi Kognitif
4. Fungsi Kompensatoris

(Rivai, 1990) mengemukakan manfaat media pembelajaran dalam proses belajar mahasiswa, yaitu:

1. Pembelajaran akan lebih menarik perhatian mahasiswa sehingga menumbuhkan motivasi belajar.
2. Bahan pembelajaran akan lebih jelas maknanya sehingga dapat lebih dipahami oleh mahasiswa dan memungkinkannya menguasai dan mencapai tujuan pembelajaran.
3. Metode mengajar akan lebih bervariasi, tidak semata-mata komunikasi verbal melalui penuturan kata-kata oleh guru, sehingga mahasiswa tidak bosan dan dosen tidak kehabisan tenaga.
4. Mahasiswa dapat lebih banyak melakukan kegiatan belajar sebab tidak hanya mendengarkan uraian dosen, tetapi juga aktivitas lain seperti mengamati, melakukan, mendemonstrasikan, memerankan dan lain-lainnya.

METODE

Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah gejala-gejala sosial dalam budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu. Menurut (Cresswell John. W. : 2010). Lokasi penelitiannya di Universitas Merdeka Madiun yang berada di Jalan Serayu No.79, Pandean, Kecamatan Taman Kota Madiun , Jawa Timur 63133.

Fokus penelitiannya yaitu dengan mengetahui hubungan antara *frameworks of knowledge, relation of production, dan technical infrastructure* ini tidak dapat dipisahkan untuk mendapatkan sebuah pemaknaan. Makna yang dihasilkan oleh khalayak (*meanings structure 2*) Gambar 1. Model *Encoding-Decoding* Stuart Hall (Hall, 1980) adalah bentuk dari reproduksi dari sebuah produksi makna. Khalayak tidak serta merta menelan utuh pesan yang diberikan oleh pembuat pesan (*sender*), akan tetapi mereka akan mengolah pesan itu menjadi sebuah makna baru. Menurut (Stuart Hall, 1974) ada tiga posisi tipe ideal berdasarkan pemaknaan dari khalayak, yaitu *dominant-hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position*. (Alasuutari, 1999)

Subjek dari penelitian adalah seseorang atau sesuatu mengenai yang ingin diperoleh keterangannya (Idru, 2009) , maka subjek dalam penelitian ini adalah pengelola akun Instagram @unmermadiun dan beberapa pengikut akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka

Madiun, sedangkan objek penelitian merupakan hal yang ingin diketahui oleh peneliti atau yang diteliti dari subjek penelitian. Maka objek penelitian ini penggunaan akun Instagram @unmermadiun sebagai media untuk memanfaatkan konten yang di unggah sebagai sebuah sasaran memutuskan untuk menerima pesan dan menggunakannya sebagai referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupannya sehari-hari. Penelitian pelaksanaannya dari 01 Desember 2019 sampai 31 Januari 2020 meliputi semua konten yang ada yaitu yang di kategorikan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdek Madiun.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kualitatif dan sumber data yang akan digunakan yaitu : (1) Data primer : data yang diperoleh dari sumber atau informannya. Pada penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada wawancara penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan yang tak lain adalah admin akun Instagram @unmermadiun dan *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun dengan memperlihatkan unggahan yang meliputi semua konten yang berdasarkan kreativitas mahasiswa yaitu 208 unggahan, dalam pelaksanaannya mulai 01 Desember 2019 sampai 31 Januari 2020.

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai : 1) bagaimana penyajian unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan

ini data primer di dapatkan dari hasil wawancara kepada pengelola akun Instagram @unmermadiun dan pengikut (*followers*) akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa Universitas Merdeka Madiun, (2) Data sekunder : data yang diperoleh dalam sebuah bentuk jadi atau sudah diolah. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh melalui kegiatan dalam bentuk dokumentasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah: (a) Observasi Non-partisipan

(b)Wawancara terstruktur, (c) Dokumentasi. Sedangkan aktivitas dalam analisi data dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus. Aktivitas tersebut adalah Reduksi Data, Penyajian Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun , menyatakan :

“Sudah bagus, karena memang saya sebagai admin @unmermadiun ingin menyajikan sebuah unggahan yang benar-benar berdasarkan oleh pengalaman mahasiswa dan juga pengetahuan mahasiswa pada aktivitas kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun tanpa adanya rekayasa.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Ratnawati mengenai : 1) bagaimana penyajian unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun , menyatakan :

“Sudah bagus dan tertata, karena selain layoutnya bagus, info yang disampaikan juga lengkap seputar kegiatan yang ada.” (hasil wawancara pada 10 Januari 2020)

Diungkap juga dari wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Karnila Oktaviani mengenai: nomor 1) bagaimana penyajian unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun, menyatakan:

“Menurut saya, penyajiannya sudah baik. Setiap unggahan yang dibagikan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti setiap mahasiswa, setiap postingan yang diunggah mengandung nilai-nilai positif untuk mahasiswanya.” (hasil wawancara pada 10 Januari 2020)

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai: nomor 2) apakah anda memperhatikan dengan seksama konten (foto, video, teks) yang di kategorikan kegiatan kreativitas mahasiswa yang di unggah akun Instagram @unmermadiun, menyatakan :

“Iya, karena karena saya melihat dan merasakannya sendiri bagaimana sebuah konten (foto, video, teks) di setiap unggahannya terutama yang dikategorikan kegiatan kreativitas mahasiswa dari akun Instagram @unmermadiun.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Ratih Novinditya pada tanggal 10 Januari 2020 dalam pertanyaan nomor 2) bagaimana penyajian unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun , menyatakan :

“Iya, alasannya karena saya ingin tahu secara detail tentang apa saja yang diunggah oleh akun Instagram @unmermadiun terutama yang di kategorikan kreativitas mahasiswa di kampus.” (hasil wawancara pada 10 Januari 2020)

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai nomor 3) setelah memperhatikan dengan seksama, apakah anda akan membaca caption (keterangan) pada sebuah konten foto yang di unggah oleh akun Instagram @unmermadiun, menyatakan :

“Iya, saya setelah memperhatikan dengan seksama , saya juga dibarengi dengan membaca caption (keterangan) pada sebuah konten foto yang diunggah oleh akun Instagram @unmermadiun karena menurut saya sebagai pengelola akun tersebut sangat menarik untuk dibaca dan sesuai dengan foto yang diunggahnya.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Sigid Eko mengenai: nomor 3) setelah memperhatikan dengan seksama, apakah anda akan membaca caption (keterangan) pada sebuah konten foto yang di unggah oleh akun Instagram @unmermadiun, menyatakan :

“Iya, saya membacanya karena caption (keterangan) pada unggahan @unmermadiun itu sangat bekesinambungan dengan foto tersebut dan berisi tentang apa yang terjadi di dalamnya.” (hasil wawancara pada 10 Januari 2020)

Analisa penelitian, dapat disimpulkan dari beberapa pertanyaan yang di ajukan

kepada admin akun Instagram @unmermadiun dan *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun secara tidak langsung bahwa admin memaknai semua unggahan konten yang berjumlah 208 yang penelitiannya dilaksanakan mulai dari 01 Desember 2019 sampai 31 Januari 2020 yaitu dari pernyataan admin akun sebagai (*encoding*) yang berlatar belakang dari lingkungan yang berkerabat dekat dengan seringnya berkoordinasi dengan kampus Universitas Merdeka Madiun untuk mempublikasikan semua kegiatan kreativitas mahasiswa, mengungkapkan makna setelah melihat dari 208 unggahan bahwa ia ingin menyajikan sebuah unggahan yang benar-benar berdasarkan oleh pengalaman mahasiswa dan juga pengetahuan mahasiswa pada aktivitas kegiatan mahasiswa yang ada di Universitas Merdeka Madiun tanpa adanya rekayasa disetiap unggahannya. Dan itu terlihat dari ungkapan dari *followers* akun Instagram @unmermadiun (*decoding*) yang menyatakan sudah baik dalam penyajian unggahannya dan terbukti berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan mahasiswa di kampus Universitas Merdeka Madiun, artinya pemikiran oleh admin akun Instagram @unmermadiun kepada *followers* akun Instagram @unmermadiun sejalan dengan apa yang diinginkan yang menggunakan landasan teori Stuart Hall yaitu *frameworks of knowledge* (latar belakang pengetahuan) saat wawancara pada informan berlangsung.

1. Relation of Production

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai : 1) apakah unggahan akun Instagram @unmermadiun yang

berdasarkan kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun sudah layak untuk di publikasikan di media sosial Instagram, menyatakan :

“Layak, karena bagus dan unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan kegiatan kreativitas mahasiswa di kampus sudah di kemas sebagaimana semestinya untuk disampaikan kepada followers (pengikut) terutama mahasiswa Universitas Merdeka Madiun untuk lebih termotivasi.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Kharisna Meypurba Ningrum mengenai: 1) apakah unggahan akun Instagram @unmermadiun yang berdasarkan kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun sudah layak untuk di publikasikan di media sosial Instagram, menyatakan :

“Ya, saya termotivasi karena dengan unggahan tentang kreativitas mahasiswa ini mahasiswa dapat mengembangkan ide dan gagasan yang dipikirkannya dengan mengikuti kegiatan tersebut terutama saya sebagai followers dan mahasiswa Universitas Merdeka Madiun.” (hasil wawancara pada 11 Januari 2020)

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai : 2) Apakah anda termotivasi ingin mengikuti kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun setelah melihat unggahan foto di akun akun Instagram @unmermadiun, menyatakan :

“Iya, karena karena saya melihat dan merasakannya sendiri bagaimana sebuah konten (foto, video, teks) di setiap unggahannya terutama yang dikategorikan kegiatan kreativitas mahasiswa dari akun Instagram

@unmermadiun.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Sevia Bayuning Zaki mengenai: 2) Apakah anda termotivasi ingin mengikuti kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun setelah melihat unggahan foto di akun akun Instagram @unmermadiun, menyatakan :

“Iya saya sudah termotivasi, itu karena didalam Universitas Merdeka Madiun ada kegiatan yang menunjang untuk menyalurkan bakat dan minat saya sebagai mahasiswa.” (hasil wawancara pada 11 Januari 2020)

Diungkap juga dari wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Farel Johan F. mengenai: 2) apakah anda termotivasi ingin mengikuti kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun setelah melihat unggahan foto di akun akun Instagram @unmermadiun, menyatakan:

“Ya, saya termotivasi ingin mengikuti kegiatan kreativitas mahasiswa yang ada di kampus Universitas Merdeka Madiun, karena kenapa tidak jika memang itu bisa bermanfaat untuk saya sendiri terutama.” (hasil wawancara pada 11 Januari 2020)

Dari analisa tersebut juga menjabarkan makna yang di dapat setelah melihat semua unggahan 208 bahwa sebagai admin ia termotivasi ingin mengikuti kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun setelah melihat unggahan dari akun Instagram @unmermadiun, perspektif baru yang bisa mendukung pemikiran dari admin ini dikarenakan seringnya terjun langsung ke lapangan untuk melihat dan merasakannya

sendiri pada saat terjun langsung pengambilan dokumentasi dilapangan saat kegiatan kreativitas mahasiswa itu berlangsung yang seolah ikut dalam kegiatan tersebut. Ini juga sejalan dengan pemikiran *followers* yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun yang menjabarkan bahwa ia juga menemukan persepektif baru setelah melihat fenomena atau melihat sebuah unggahan yang benar-benar berdasarkan oleh pengalaman mahasiswa dan juga pengetahuan mahasiswa pada aktivitas kegiatan mahasiswa yang ada di Universitas Merdeka Madiun tanpa adanya rekayasa disetiap unggahannya yaitu dengan menjadikan unggahan dari akun Instagram @unmermadiun sebagai motivasi untuk menyalurkan bakat dan minatnya sebagai mahasiswa Universitas Merdeka Madiun dalam sebuah kegiatan kreativitas mahasiswa yang ada di kampus.

2. Technical Infrastructure

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai: 1) apakah kelebihan Instagram dibanding media sosial lain sehingga menjadi pilihan anda untuk membangun makna edukasi, menyatakan : *“Di Instagram lebih banyak exposure yang didapat untuk lebih menarik masyarakat untuk mendapatkan informasi yang instan dan mudah di akses dimanapun berada.”* (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Seruni Dhima Larasati mengenai: 1)apakah kelebihan Instagram dibanding media sosial lain sehingga menjadi pilihan anda untuk membangun makna edukasi, menyatakan :

“Karena Instagram mudah untuk mempublikasikan informasi-informasi terkini dan juga Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang boomingnya dikalangan masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa yang ada di Universitas Merdeka Madiun.” (hasil wawancara pada 12 Januari 2020)

Diungkap juga dari wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Afdol mengenai: 1) apakah kelebihan Instagram dibanding media sosial lain sehingga menjadi pilihan anda untuk membangun makna edukasi, menyatakan:

“Karena Instagram kini sedang banyak di gunakan oleh seluruh kalangan masyarakat, ini mungkin karena media sosial Instagram menghadirkan sebuah keunggulan yang tidak dimiliki oleh media sosial lain seperti efek-efek foto yang banyak pilihannya untuk lebih memperindah foto yang akan diunggahnya.” (hasil wawancara pada 13 Januari 2020)

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani mengenai: 2) Apakah akun Instagram @unmermadiun mendukung anda untuk mendapatkan informasi yang anda butuhkan, menyatakan :

“Kadang-kadang, tidak semua informasi ada karena kurangnya koordinasi dari mahasiswa yang akan mengadakan acara kegiatan kreativitas mahasiswa di kampus.” (hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Rosi mengenai: 2) Apakah akun Instagram @unmermadiun mendukung anda untuk mendapatkan

informasi yang anda butuhkan, menyatakan :

“Ya, sangat mendukung karena informasi yang disampaikan mempermudah untuk mendapatkan informasi tentang kampus, meskipun selama ini unggahannya belum sepenuhnya di unggah semua. Berharap agar admin lebih sering mengunggahnya.” (hasil wawancara pada 14 Januari 2020)

Wawancara admin akun Instagram @unmermadiun yaitu Muhammad Affan Ibnani pada tanggal 9 Januari 2020 pertanyaan nomor 3) apa alasan mempublikasikan kegiatan kreativitas mahasiswa yang ada di Universitas Merdeka Madiun sehingga perlu untuk di promosikan di Instagram, menyatakan :

“Salah satunya sebagai media promosi dan sebagai wadah eksistensi mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun.”(hasil wawancara pada 9 Januari 2020)

Wawancara *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu Artha Mevia F.A. pada tanggal 15 Januari 2020 dalam pertanyaan nomor 3) apa alasan mempublikasikan kegiatan kreativitas mahasiswa yang ada di Universitas Merdeka Madiun sehingga perlu untuk di promosikan di Instagram, menyatakan :

“Untuk lebih dekat dengan khalayak ramai yang dari dalam maupun luar kampus, untuk itu akun Instagram @unmermadiun untuk lebih sering mengunggah kegiatan yang ada di kampus agar minat orang untuk lebih tertarik mengikuti setiap unggahannya juga meningkat.” (hasil wawancara pada 15 Januari 2020)

Analisa penelitian, dapat disimpulkan dari beberapa pertanyaan yang di ajukan kepada admin akun

Instagram @unmermadiun dan *followers* akun Instagram @unmermadiun yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun. Secara tidak langsung bahwa admin memaknai semua unggahan konten yang berjumlah 208 yang penelitiannya dilaksanakan penelitian mulai dari 01 Desember 2019 sampai 31 Januari 2020 meliputi semua konten yang ada yaitu dari pernyataan admin akun sebagai (*decoding*) yang dilihat dari hubungan sosial yang diberikan dari proses produksi disetiap unggahannya di akun Instagram @unmermadiun untuk mempublikasikan semua kegiatan kreativitas mahasiswa, mengungkapkan makna setelah melihat dari 208 unggahan bahwa dari data di atas yang dipengaruhi beberapa faktor yaitu *framework of knowledge, relations of production, dan technical infrastructure* dalam penelitian selama dua bulan ada 4 unggahan oleh akun Instagram @unmermadiun dan keempatnya unggahan tersebut merupakan unggahan murni dari pengelola akun berdasarkan pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun secara langsung tanpa *repost* atau unggahan ulang dari *followers* atau pengikut yang menandai atau menggunakan #unmermadiun.

Pembahasan

Terdapat tiga posisi pemaknaan dari proses *decoding* yang ditawarkan oleh Stuart Hall:

1. Posisi pemaknaan yang pertama adalah *dominant-hegemonic position*. Pada posisi ini khalayak yang dituju memiliki pemaknaan yang sama atau sejalan dengan produsen pesan tanpa adanya perubahan isi pesan, maka respon yang diberikan khalayak sesuai dengan yang diharapkan

oleh produsen pesan. Dalam hal ini produsen pesan memiliki kontrol terhadap khalayak (Hall,1973).

Dari hasil wawancara mendalam, sepuluh informan mengaku menyukai dan setuju dengan topik bahasan seputar kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun yang diunggah, bahkan mereka mengaplikasikan pesan yang didapat dari unggahan akun Instagram @unmermadiun sebagai sebuah referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupan sehari-hari. Maka itu sesuai dengan tujuan pemaknaan dari isi pesan. Para *followers* pun memaknai dengan makna yang seragam dengan *decoding* yang telah dibentuk, yaitu mengajak para *followers* untuk mengajak mahasiswa menjabarkan bagaimana mereka sebagai seorang *followers* dan juga mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun memaknai tentang akun media sosial Lembaga Perguruan Tinggi dan Universitas yaitu akun Instagram @unmermadiun yang memanfaatkan konten yang diunggah sebagai sebuah sasaran memutuskan untuk menerima pesan dan menggunakannya sebagai sebuah referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupan sehari-hari.

2. Posisi pemaknaan yang kedua adalah *negotiated position*. Pada posisi ini mayoritas khalayak mampu menangkap pesan yang diberikan secara dominan namun khalayak ini tidak sepenuhnya menyetujui semua pesan yang diberikan produsen pesan, khalayak akan memilih-milih mana yang menurut mereka sesuai dan mana yang tidak sesuai dengan aturan budaya, ideologi, dan pengetahuan yang mereka yakini. Proses *decoding* pada posisi negosiasi ini terdapat unsur adaptif dan oposisi (Hall,1973).

Dari hasil wawancara mendalam, ada juga empat responden yang berada pada posisi

negosiasi. Karena responden ini paham betul pesan yang ingin disampaikan oleh akun @unmermadiun, mereka pun setuju dan menyukai unggahan dari @unmermadiun bahkan mereka juga mengaku lebih termotivasi setelah melihat dari unggahan @unmermadiun terutama tentang kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun dan juga akan menerapkannya sebagai referensi di kehidupan sehari-hari jika sesuai dan baik untuk mereka sebagai followers atau pengikut terutama mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun, namun mereka memiliki pemaknaan lain bahwa sebelum dirinya mencerna dan menerapkannya mereka harus menyesuaikan dengan pengalaman dan pengetahuan yang mereka tahu selama ini, mereka tidak mau begitu saja menyetujui unggahan yang disampaikan melalui akun Instagram @unmermadiun. Penting bagi mereka untuk lebih dulu memastikan kebenaran unggahan konten dari akun Instagram @unmermadiun bahwa yang disampaikan sudah berdasarkan oleh pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun.

3. Posisi yang terakhir, yaitu *oppositional position*. Pada posisi ini khalayak menangkap isi pesan yang diberikan oleh produsen pesan namun khalayak yang kritis akan sepenuhnya menolak dan tidak setuju dengan isi pesan yang diberikan produsen pesan dan memiliki argumen sendiri terhadap topik tersebut. Khalayak ini akan cenderung menolak untuk terpengaruh oleh ideologi yang lebih dominan karena tidak sesuai dengan ideologi yang mereka yakini (Hall, 1973). Dari hasil wawancara mendalam, tidak ada responden yang berada pada posisi negosiasi yang menangkap isi pesan yang diberikan produsen pesan yaitu akun

Instagram @unmermadiun namun khalayak kritis akan sepenuhnya menolak dan tidak setuju dan memiliki argumen sendiri terhadap topik tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis konten Instagram @unmermadiun dalam membangun makna edukasi pada mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian mengenai analisis resepsi mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun yang juga *followers* akun @unmermadiun terhadap pesan konten yang di kelola admin akun Instagram @unmermadiun dengan memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membagikan semua kegiatan mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun. Berdasarkan rumusan masalah, peneliti menarik kesimpulan resepsi pada 14 *followers* yaitu mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun terhadap pesan konten (foto, video, teks) dari durasi unggahan Desember 2019 sampai Januari 2020 yang dikategorikan kreativitas mahasiswa pada akun Instagram @unmermadiun yang nantinya menghasilkan 3 posisi ideal yang megacu pada teori Stuart Hall.

Dari hasil wawancara mendalam dengan 15 responden dengan 1 diantaranya sebagai admin, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa resepsi para *followers* akun Instagram @unmermadiun mengenai isi unggahan akun tersebut sesuai dengan apa yang ingin ditunjukkan oleh produsen pesan yaitu dari admin akun

Instagram @unmermadiun. Dalam kasus ini, *encoding* yang dimaksud adalah tujuan dibuatnya akun Instagram @unmermadiun oleh admin sebagai produsen pesan yang memanfaatkan media Instagram sebagai pilihan untuk membagikan semua kegiatan di mahasiswa di kampus dan kemudian akan di *decoding* oleh para *followers* yang menjadikan akun Instagram @unmermadiun sebagai sebuah sasaran pemaknaan memutuskan untuk menerima pesan dan menggunakannya sebagai referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupan sehari-hari.

Jika melihat dari tiga kategori posisi pembacaan menurut teori Stuart Hall, terdapat tiga posisi tipe ideal berdasarkan pemaknaan khalayak :

1. *Dominant-hegemonic position.*

Sepuluh dari sepuluh *followers* berada di posisi dominan, karena mereka memaknai isi unggahan akun @unmermadiun sebagai sebuah sasaran membangun makna edukasi, mereka juga menyukai dan setuju dengan pesan yang peneliti fokuskan yaitu pada unggahan yang berdasarkan pengalaman dan pengetahuan pada aktivitas kegiatan kreativitas mahasiswa di Universitas Merdeka Madiun dan pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @unmermadiun serta senantiasa menerapkan sebagai sebuah sasaran memutuskan untuk menerima pesan dan menggunakannya sebagai sebuah referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupan sehari-hari. Hal ini tentu sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan oleh Muhammad Affan Ibnani selaku pemegang akun @unmermadiun.

2. *Negotiated position.*

Namun empat informan lainnya, berada diposisi negosiasi karena memiliki

pemaknaannya sendiri, yaitu mereka enggan menelan mentah-mentah ajaran dan ajakan yang disampaikan oleh akun Instagram @unmermadiun, karena penting bagi mereka untuk memastikan kebenaran unggahannya terlebih dahulu.

3. *Oppositional position.*

Dari hasil wawancara dengan para *followers*, peneliti tidak menemukan responden dengan pemaknaan oposisi.

Dari ketiga posisi pemaknaan tadi, para *followers* akun Instagram @unmermadiun yang tidak lain adalah mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun yang memaknai pesan dari unggahan konten (foto, video, teks) berada pada posisi *Dominant-hegemonic position* dan *Negotiated position*. Karena itu, membuktikan bahwa informan menyukai serta setuju dengan pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @unmermadiun serta senantiasa menerapkannya sebagai sebuah sasaran memutuskan untuk menerima pesan dan menggunakannya sebagai sebuah referensi dalam membangun makna edukasi di kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga membuktikan bahwa para *followers* memaknai isi pesan yang dibentuk oleh akun Instagram @unmermadiun sesuai atau sejalan dengan yang dimaksud oleh pemegang akun Instagram @unmermadiun.

Saran

Peneliti merekomendasikan untuk menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap para pengguna Instagram. Maka peneliti mengemukakan beberapa saran, antara lain :

a) Penelitian mengenai analisis resepsi Lembaga Perguruan Tinggi dan Universitas masih sangat sedikit bahkan

belum ada, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

b) Kepada Lembaga Perguruan Tinggi dan Universitas Universitas Merdeka Madiun kedepannya untuk lebih sering dalam mengunggah kegiatan mahasiswa yang ada di kampus menggunakan media sosial Instagram agar lebih dekat dengan khalayak.

c) Kedepannya untuk admin akun Instagram @unmermadiun lebih mengolah kata-kata dalam unggahan konten yang akan di unggah.

d) Untuk mahasiswa khususnya FISIP Universitas Merdeka Madiun sering berkontribusi dengan pihak admin akun Instagram @unmermadiun agar lebih mudah diketahui mahasiswa dalam maupun luar kampus.

DAFTAR PUSTAKA

Ananto, Fadillah.2018. "*New Media Dan Fenomena Selegram (Studi Resepsi Remaja di Kalangan Followers Instagram @awkarin Terhadap Fenomena Romantic Relationship dan Hedonisme Pada Konten Instagram @awkarin)*". Skripsi.Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Asfahani, Gifari. 2018. "*Resepsi Followers Akun @beraniberhijrah Terhadap Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram*".Skripsi .Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Baran, Stanley. J dan Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa (Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan)*. Jakarta: Salemba Humanika. Ilahi, wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Cresswel John. W. 2014. *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.

Dewi, Sri Hartini. 2017. "*Analisis Pesan Foto Dan Teks Akun Instagram @KulinerDiSolo Yang Efektif Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Di Solo*". Skripsi.Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Hall, Stuart.1973. "*Encoding/Decoding*". *Dalam Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, eds. Centre for Contemporary Cultural Studies. London: Hutchinson. Pp. 128-38.

Moleong, J. Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nana Sudjana dan Ahmad Rivai.1990.*Media Pengajaran*. Bandung : Citra Aditya Bakti.

Notoatmodjo, Soekidjo.2003.*Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rivai, Ahmad & Nana Sudjana. 1990. *media pengajaran*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.

Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete for Brands and Business to Build,Cultivate and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons inc.