

**Instagram Sebagai Media Informasi untuk Memperkenalkan
Keberadaan dan Kegiatan dalam Komunitas @Pf_Ent Palembang**

Andre Irawan, Isna Wijayani

Universitas Bina Darma

andreirawan3890@gmail.com, Isnawijayani@binadarma.ac.id

ABSTRACT

PF Entertainment is a community of lovers of Korean-style modern dance or Korean Dance Cover which uses the mass media Instagram as an information medium for the public to introduce their existence and activities. However, as time goes by, this media competes with other media such as TikTok, which is currently very popular. The aim of this research is to utilize knowledge of Instagram media in introducing the existence and activities of PF Entertainment. This study uses a qualitative method. The theory used is Effective Communication Techniques. The result of this research is that by using Instagram, of course the admin always updates the activities carried out with 2 to 7 pieces of information in one month so that followers can follow and find out about developments in the PF Entertainment community.

Keywords: *Korean Dance Cover, Instagram, PF Entertainment*

ABSTRAK

PF Entertainment merupakan komunitas pencinta tari modern ala Korea atau *Korean Dance Cover* yang memanfaatkan media massa Instagram sebagai media informasi untuk masyarakat dalam memperkenalkan eksistensi dan kegiatan mereka. Namun dengan seiring berjalannya waktu, media tersebut bersaing dengan media lain seperti TikTok yang saat ini banyak digemari. Tujuan penelitian ini untuk dapat mengetahui pemanfaatan media Instagram dalam memperkenalkan eksistensi dan kegiatan PF Entertainment. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teori yang digunakan adalah *Technique Efficctives Communication*. Hasil dari penelitian ini adalah dengan menggunakan Instagram tentunya admin selalu meng-*update* kegiatan yang dilakukan sebanyak 2 hingga 7 informasi dalam satu bulan tujuan supaya *followers* dapat mengikuti dan mengetahui perkembangan komunitas PF Entertainment.

Kata Kunci: *Korean Dance Cover, Instagram, PF Entertainment*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan informasi dan teknologi yang menghasilkan keterbukaan terhadap perluasan informasi di kalangan masyarakat. Perkembangan informasi dan komunikasi berjalan dengan begitu pesat mulai media massa.

Media massa dapat dilihat dan dibedakan dari ciri utamanya seperti saling keterhubungan, aksesnya khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan

sifatnya ada di mana-mana. Klaim status paling utama sebagai media massa adalah internet.

Ketika sebuah Budaya masuk ke dalam dunia hiburan demi kepopuleritasan umumnya menjadi fokus utama dalam budaya tersebut. Pengaruh budaya tersebut akan semakin kuat ketika media massa digunakan sebagai media penyebar informasi di masyarakat. Kuatnya pengaruh Budaya Korea di Indonesia bisa dilihat dengan menjamurnya kelompok- kelompok K-Popers seperti komunitas PF Entertainment yang ada di Palembang.

Rasa fanatik yang mereka ungkapkan dengan mengakses internet supaya dapat mengetahui perkembangan di dunia per K-Pop. Selain mengadakan acara pertemuan dan berkumpul dengan orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama tidak jarang mereka mengadakan *gathering* dengan mengadakan sebuah perlombaan menyanyi dan menari.

PF Entertainment Palembang merupakan sekumpulan orang yang tertarik dan berpartisipasi dalam melakukan sebuah tarian modern Korea. Dalam kegiatan tersebut biasanya melakukan kegiatan latihan untuk belajar dan menampilkan berbagai jenis tarian modern Korea. Selain itu komunitas ini juga dapat dijadikan sebagai tempat berbagi pengetahuan dan pengalaman mengenai tarian modern Korea, serta saling mendukung dan memotivasi.

Media sosial merupakan media yang mampu menjadi sarana atau alternatif untuk menyelesaikan sebuah masalah eksistensi. Media sosial merupakan media yang mempermudah bagi pengguna dalam bertindak sebuah kaitan atau hubungan berinteraksi tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Dengan menggunakan media sosial, para pengguna dapat mengakses ke seluruh bagian informasi yang dibutuhkan kapan dan dimanapun.

Maka dari itu dibutuhkannya solusi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang ada. Salah satunya adalah membentuk sebuah ruangan atau media yang mampu memunculkan eksistensi sebuah organisasi, mengkoordinir kepentingan organisasi dengan kegiatan-kegiatan organisasi mampu tersosialisasikan. Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, dari itu peneliti tertarik untuk menganalisis dengan judul "Instagram Sebagai Media Informasi untuk Memperkenalkan Keberadaan dan Kegiatan dalam Komunitas @Pf_Ent Palembang".

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan suatu pemaparan, uraian, atau penggambaran dengan kata-kata yang tertulis jelas dan rinci. Penelitian ini memfokuskan pada Instagram sebagai media informasi dalam memperkenalkan keberadaan dan kegiatan komunitas @pf_ent Palembang, peneliti mewawancarai dan mencari informasi dari informan baik dari anggota PF Entertainment maupun informan masyarakat.

Tabel 1. Data Diri Informan

No	Nama	Jabatan	Jumlah
1.	Adhy	Ketua komunitas @pf-ent	1
2.	Duta	Tim Kreatif @pf_ent	1
3.	Raka	Tim Humas	1
4.	Geo	Masyarakat	1
5.	Tara	Masyarakat	1

Peneliti, 2023

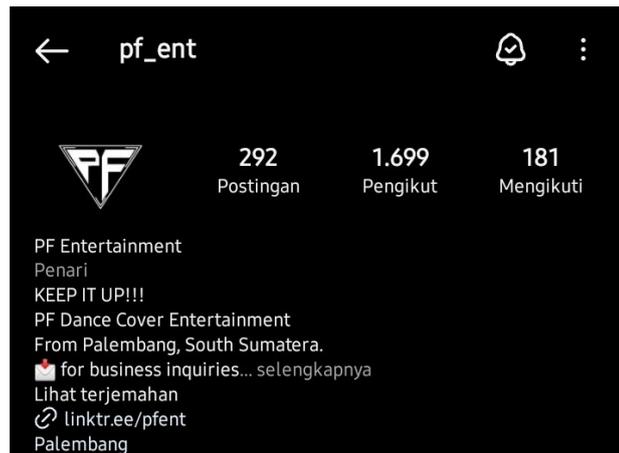
Lokasi dalam penelitian ini berada di Palembang, peneliti mengambil lokasi tersebut karena Komunitas PF Entertainment berada di Kota Palembang.

Tabel 2. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	BULAN															
		Juni				Juli				Agustus				Septeember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal	■															
2	Pengajuan Judul		■														
3	Bimbingan			■	■												
4	Penyusunan Proposal					■	■										
5	Sempro							■									
6	Revisi Proposal								■	■							
7	Penyusunan pertanyaan wawancara										■						
8	Observasi, Wawancara											■					
9	Pengolahan, Analisis Data												■	■			

PF Entertainment merupakan sebuah komunitas *dance* korea yang terbentuk sejak 18 Mei 2018 . komunitas ini menjadi salah satu wadah bagi para muda mudi yang memiliki hobi dan tujuan yang salam dalam dunia K-pop khususnya Dance Korea. Komunitas ini memanfaatkan media Instagram sebagai media informasi dan memperkenalkan keberadaan mereka kepada khalayak.

PF Entertainment pertama kali menggunakan Instagram pada tanggal 25 Juli 2018 saat ini *followers* atau pengikut yang dimiliki oleh akun dengan nama pengguna @pf_ent sebanyak 1.702 pengikut.



Gambar 2. Akun Instagram PF Entertainment

Joseph A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta media yang digunakan. Dalam kegiatan wawancara langsung kepada informan yang bersangkutan dengan pertanyaan, “Apa alasan anda memilih Instagram sebagai sarana informasi?”. Informan Adhy sebagai Ketua Komunitas menjawab:

“Alasan menggunakan Instagram media yang paling mainstream ya. Beda dengan pada saat awal kami terbentuk media yang mainstream pada zamaitu adalah Facebook. Jadi setelah membentuk PF yang masuk di era 2018 pengguna Facebook sudah beralih ke Instagram karena muda di sinkronkan

“Apalagi media Instagram di khususkan untuk foto dan video sebagai media promosi kita. Jadi menurut kami Instagram itu media yang paling tepat untuk mempromosikan seluruh karya, kegiatan komunitas. Sebenarnya tidak hanya Instagram, kita juga menggunakan media lain seperti Tiktok dan Youtube, namun media yang searing digunakan itu Instagram”.

Alasan komunitas PF Entertainment memilih media Instagram sebagai sarana informasi karena PF Entertainment terbentuk pada tahun 2018 dimana pada saat itu banyaknya pengguna media lain seperti Facebook, Twitter beralih ke *Instagram* dengan begitu mudah dan cepat. Dengan adanya media sosial yang digunakan, PF Entertainment semakin eksis dan banyak ingin mengetahui perkembangan PF Entertainment.

Dengan berjalannya waktu media *Instagram* semakin mempermudah

pengguna untuk berinteraksi kepada pengguna lainnya terkhusus pencinta K-Pop yang ada di dalam maupun di luar Palembang terkait agenda kegiatan yang telah di publikasikan di akun Instagram @pf_ent seperti tentunya kegiatan meng-*cover dance*, kegiatan *anniversary*, kegiatan *open audition*, kegiatan lomba dan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan dunia Dance.

Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap dunia per K-Pop, bukan tidak mungkin jumlah anggota komunitas PF Entertainment semakin bertambah. Tentunya dengan peningkatan ini harus dapat meningkatkan profesionalisme komunitas sebagai sebuah komunitas, termasuk jg dalam hal mempublikasikan kegiatan dan eksistensi mereka. Dengan demikian maka dibutuhkan sebuah solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Karena media mampu menjangkau khalayak secara luas, jumlah media yang diperlukan seharusnya tidak terlalu beraneka ragam. Untuk menyampaikan berita dari mulut ke mulut tentunya diperlukan jutaan orang. Namun satu stasiun pemancar cukup untuk menyampaikan pesan itu. Di sini peneliti bertanya kepada informan mengenai pertanyaan selanjutnya. Pertanyaan yang di lontarkan kepada informan, "Informasi apa saja yang di-*update*?", informan Adhy sebagai ketua komunitas menjawab:

"Banyak, yang pastinya karena kita utamanya dance cover jadi yang di-upload adalah video-video dance cover kita dari project karena kita bukan dari grup yang bertujuan hanya untuk kompetisi tapi kita juga menjadi konten creator dance. Dalam Instagram kita banyak kegiatan seperti vlog, dance, challeng. misalkan ada kegiatan kompetisi kita membuat vlog yang nantinya akan kita upload ke media sosial kita"

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak saja mengubah media tapi juga mengubah kehidupan sosial dan budaya. Sebagai komunitas yang ingin dikenal oleh khalayak umum tentunya dengan penggunaan media sosial sangatlah penting untuk menarik minat supaya mengetahui dan mengikuti perkembangan yang ada pada komunitas tertentu. Maka dari itu peneliti melontarkan kembali pertanyaan, "Seberapa sering men-*gupload* foto dan video di akun Instagram @pf_ent?" Informan Adhy menjawab:

"Untuk peng-uploadan kemungkinan volumenya dalam satu bulan di antara 4 sampai 7 konten, mungkin dalam satu minggunya minimal 2 konten yang akan di upload"

Dengan alasan tersebut, PF Entertainment memilih akun Instagram sebagai salah satu media informasi kepada khalayak yang dipilih dengan alasan karena Media Instagram media yang saat ini ramai dibicarakan dan banyaknya pengguna media lain yang beralih dengan begitu mudah ke Instagram ini.

Peneliti bertanya, "Siapa admin yang mengoperasikan akun Instagram @pf_ent?", Informan Adhy menjawab:

"Tentunya yang menjadi admin untuk media kita adalah dari divisi Humas, yang diketuai langsung oleh Raka. Kenapa kita serahkan kepada divisi humas karena mereka yang ada di dalamnya mengetahui segala hal kegiatankit aini dan humas merupakan divisi yang berperan sangat penting dalam menjalankan tugas. Jadi kita percayakan untuk menjadi admin media sosial kita itu kepada divisi humas"

Media Sosial juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk saling berbagi ilmu,

berbagi ide, bekerja sama dan berkolaborasi dalam menciptakan ;kreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman dan pasangan yang dapat membangun sebuah komunitas. Tentunya media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Banyaknya kegiatan yang sering dilakukan oleh komunitas PF Entertainment yang telah di publikasikan di berbagai media sosial yang mereka miliki seperti Instagram, TikTok, YouTube. Harus dipahami dalam melakukan *update*-an yang maksimal tidak hanya dari jumlah berbagi media yang menyediakan, melainkan dengan cara memberikan informai dengan benar-benar lengkap dan mudah dipahami dan dicerna oleh masyarakat. Dalam acara *Event* kegiatan K-Pop yang sering di selenggarakan di suatu tempat tertentu, dapat dijadikan suatu kegiatan dimana setiap komunitas bertemu dan bertegur sapa dalam memperkenalkan kelompok masing-masing, bukannya hanya sebatas kalangan komunitas, banyak di luar komunitas yang tentunya juga memiliki hobi yang sama dalam dunia per-K-Pop yang hadir dan mengikutisetiap kegiatan berlangsung.

Pemanfaatan yang dilakukan oleh komunitas PF Entertainment berdasarkan hasil data yang sudah diteliti melalui kegiatan observasi dan wawancara yaitu, media Instagram merupakan media yang digunakan sebagai promosi dan informasikepada masyarakat bahwa komunitas PF Entertainment merupakan salah satubagian dari komunitas-komunitas *dance cover* yang ada di Palembang dengan prestasi yang cukup banyak. Dengan adanya Instagram masyarakat mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang diminati.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari sebuah pembahasan mengenai BAB IV dengan menggunakan teori *new media* yang melingkup pada pembahasan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Untuk Memperkenalkan Keberadaan dan Kegiatan dalam Komunitas PF Entertainment Palembang. Maka peneliti menyimpulkan beberapa bal dalam penelitian yang dilakukan :

Alasan komunitas PF Entertainment menggunakan media Instagram sebagai media informasi dan komunikasi karena komunitas PF Entertainment terbentuk saat setelah Instagram mulai ramai digunakan, selain itu Instagram juga merupakan media yang sangat *mainstream* pada zaman sekarang. Hal itu ditandai dengan semakin bertambahnya pengguna Instagram sampai saat ini, pengguna media sebelum Instagram sekarang sudah beralih ke Instagram dengan begitu mudah dan cepat. Fitur-fitur yang dimiliki Instagram semakin lengkap dan beragam sehingga dapat menarik masyarakat untuk beralih ke Instagram.

Sebelum terbentuknya komunitas baru, terdapat 2 komunitas atau 2 kelompok yang berbeda. Seiring dengan berjalannya waktu beberapa anggota memutuskan untuk tidak lagi bergabung bermasa. Mulai dari saat ini mereka memutuskan untuk harus melanjutkan perjalanan dan mengembangkan komunitas menjadi komunitas yang besar. Dengan demikian mereka bersepakat untuk bergabung menjadi satu tim dan membentuk komunitas PF Entertainment, hingga saat ini Komunitas tersebut selalu menjadi tempat berkumpulnya anak muda yang

mempunyai minat dan hobi serta tujuan yang sama. Hingga saat ini PF Entertainment menjadi salah satu komunitas *dance cover* yang sudah di kenal orang masyarakat khususnya dalam dunia *dance cover* di Palembang.

Kegiatan ini bukanlah suatu kegiatan yang meniru dan merugikan pihak lainnya. Kegiatan ini dinamakan *Meng-cover* atau membuat ulang dengan tidak mengakui pencipta yang sebenarnya. Jadi kegiatan ini adalah kegiatan membuat ulang suatu bentuk Gerakan yang dimiliki oleh penyanyi grup atau idol yang berasal dari Korea. Tidak hanya Gerakan kita juga mencontoh dan meniru pakaian yang mereka pakai saat membawakan lagu yang kami *cover*. Mulai dari aksesoris, pakaian, *make up* itu di usahakan semirip mungkin. Kegiatan tersebut selaras dengan hobi dan minat untuk mencapai kepuasan Bersama. Dengan cara itu kita dapat meraih prestasi dengan mengikuti lomba *dance cover* di setiap kegiatan berlangsung.

Berdasarkan dari kesimpulan di atas, penulis menyampaikan sedikit saran sebagai berikut:

PF Entertainment sebaiknya dapat lebih meningkatkan dalam hal mengelola dan menggunakan berbagai media yang digunakan khususnya media Instagram agar masyarakat dapat lebih tertarik dan semakin mengenai komunitas PF Entertainment mulai dari karya dan prestasi yang telah di raih selama bertahun-tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, F. F. (2015). *Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan Dalam Bisnis Keluarga*. Universitas Trunjoyo.
- Abdi, F. F., Hafiar, H., & Novianti, E. (2015). *Perilaku komunikasi etnis Tionghoa Peranakan dalam bisnis keluarga (Studi fenomenologi mengenai perilaku komunikasi etnis Tionghoa Peranakan dalam bisnis keluarga di Jakarta)*. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 105-118.
- Ahmadi, M. (2020). *Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat*. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26-37.
- Ahmadi, M. (2020). *Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat*. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 26.
- Ahmadi, Mubarak. (2020). *Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat*. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 28.
- Arif, E., & Roem, E. R. (2019). *Pemanfaatan media sosial*. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.
- Baso Iping, S. E. (2021). *Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Penelitian. Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis*, 145.
- Bogdan, & Taylor ke--6. (2022).

- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie)*. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). *Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57-71.
- Fadhilla, R. A. (Januarai 2021). *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press. Hovland, C. i. (n.d.).
- Kurnianto, Y. T. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram@ Tempatbiasa. Kopi)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Nurdin, D. A. (2014). *Komunikasi Kelompok Organisasi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Rahartri. (2019). *"WhatSapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan PUSPITEK)*. *Visi Pustaka*, 148.
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). *Pemanfaatan media sosial instagram akun@ MR. CREAMPUFF sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). *Pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi*. *EduLib*, 10(1), 1-14.
- Zarkasy, T. A. (n.d.). *Perilaku Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pada Komunitas We Are*