

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM
@PRAMUKA_UNMUL SEBAGAI WADAH KOMPETISI
ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19
TAHUN 2020**

Muhammad Nuzul Saputra, Silviana Purwanti

HALAMAN PERSETUJUAN PENERBITAN ARTIKEL EJOURNAL

Artikel eJournal dengan identitas sebagai berikut:

Judul : Pemanfaatan Akun Instagram @Pramuka_Unmul Sebagai Wadah Kompetisi Online Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Pengarang : Muhammad Nuzul Saputra

NIM : 1802055098

Program : S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Telah diperiksa dan disetujui untuk dionlinekan di eJournal Program S1 Ilmu Komunikasi Fisip Unmul.

Samarinda, 25 Oktober 2023

Dosen Pembimbing




Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si

NIP. 19810417 200501 2 001

Bagian di bawah ini
DIISI OLEH PROGRAM STUDI

Identitas terbitan untuk artikel di atas

Nama Terbitan : eJournal Dunia Komunikasi	Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
Volume : 12	
Nomor : 3	
Tahun : 2023	
Halaman : 103 - 114	
	<u>Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si</u> NIP. 19810417 200501 2 001

PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @PRAMUKA_UNMUL SEBAGAI WADAH KOMPETISI ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020

Muhammad Nuzul Saputra¹, Silviana Purwanti²

Abstrak

Penelitian berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kompetisi di Masa Pandemi Covid-19” ditulis oleh M. Nuzul Saputra yang dibimbing oleh Ibu Silviana Purwanti S.Sos, M.Si. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka Universitas Mulawarman memanfaatkan Instagram sebagai media kompetisi secara virtual pada penyelenggaraan Virtual Scout Competition (VSC) tahun 2020. dan juga mengetahui bagaimana kekurangan dan kelebihan sosial media Instagram sebagai media kompetisi online. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menjelaskan secara deskriptif tentang hasil analisis dari pemanfaatan Instagram, kelebihan dan kekurangan dalam pemanfaatannya sebagai media kompetisi online. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dengan sistem purposive sampling dan studi dokumen yang kemudian dianalisis dengan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data atau kesimpulan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam pemanfaatan Instagram sebagai media kompetisi, dibagi menjadi 3 tahap yaitu penyebaran informasi dan pendaftaran dengan unggahan foto pada akun Instagram @pramuka_unmul, pengumpulan karya peserta yang dilakukan pada akun Instagram masing-masing yang kemudian akan diunggah ulang oleh akun @pramuka_unmul, serta penilaian dan pengumuman oleh dewan juri melalui Instastory dan aplikasi Zoom. Kemudian kelebihan Instagram sebagai media kompetisi online yaitu jangkauan yang luas untuk mendapatkan peserta yang banyak agar daya saing kompetisi meningkat. Pengguna Instagram memiliki tingkat popularitas yang tinggi pada kalangan remaja hingga dewasa yang menjadi target peserta kegiatan Virtual Scout Competition 2020. Kekayaan fitur yang dimiliki juga merupakan kelebihan Instagram yang efektif digunakan sebagai media kompetisi secara online, sehingga ragam pesan dapat dengan jelas tersampaikan makna dan nilai yang terkandung. Kualitas foto dan video yang di unggah juga sangat baik sesuai dengan kualitas konten asli yang diunggah.

Kata Kunci : *Pemanfaatan Instagram, Media Kompetisi, Kompetisi Online, Pramuka Universitas Mulawarman*

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email: nuzulsaputra0@gmail.com

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial manusia tidak terlepas dari aktivitas komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Effendy (2002:7), komunikasi langsung merupakan jenis komunikasi yang dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang dilakukan secara langsung tanpa adanya bantuan dari perantara pihak ketiga maupun media komunikasi yang ada serta tidak dibatasi oleh jarak. Kemudian komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tidak langsung (*indirect Communication*) oleh karena itu dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya itu akan berhasil.

Dari uraian diatas dapat dilihat komunikasi lebih efektif pada proses komunikasi secara langsung karena komunikator dapat mengirim pesan secara dan menerima respon secara langsung oleh komunikan tanpa terkendala jarak dan perantara lainnya. Namun manusia tidak selamanya bisa berkomunikasi secara langsung karena berbagai kendala. Salah satunya dampak pandemi virus *Covid-19* yang terjadi di berbagai belahan dunia. Dari data yang diperoleh dari Satgas *Covid-19*, pada tanggal 24 September 2020 mencapai 110.910 suspek terkait Covid-19 di Indonesia, dan 195 kasus baru di Kalimantan Timur, hingga akhirnya pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* yang mengharuskan masyarakat melakukan aktifitas dengan menerapkan *social distancing* agar penyebaran virus tersebut dapat dihentikan. Dampaknya membuat semua kegiatan yang masyarakat melibatkan pertemuan secara langsung (tatap muka) harus dilakukan secara virtual (*work form home*).

Salah satu organisasi yang terdampak dari kebijakan tersebut adalah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka Universitas Mulawarman dalam menyelenggarakan kegiatan. Pada tahun 2020 UKM Pramuka diagendakan melaksanakan kegiatan lomba lintas alam antar gugusdepan pramuka se-Kalimantan Timur ber-tempat di Kota Samarinda pada bulan April 2020. Namun karena adanya pandemi *Covid-19* dan kebijakan pemerintah tentang *social distancing*, kegiatan tersebut tidak bisa dilakukan, kemudian digantikan kegiatan secara virtual yang berjudul "*Virtual Scout Competition*". Kegiatan *Virtual Scout Competition* merupakan kegiatan perlombaan secara virtual yang meliputi lima cabang lomba antara lain lomba desain poster, cipta baca puisi, lomba E-Sport, video inspiratif, dan lomba kreasi TikTok dengan tema "Peran Gerakan Pramuka dalam Pencegahan *Covid-19*" yang diikuti oleh peserta perwakilan anggota UKM Pramuka perguruan tinggi Se- Indonesia pada tanggal 8 Oktober 2020 hingga 10 November 2020 dengan menggunakan media sosial Instagram pada akun @pramuka_unmul sebagai media penilaian perlombaan. UKM Pramuka Universitas Mulawarman memilih aplikasi Instagram karena merupakan sosial media yang tepat dari segi umur pengguna, fitur, dan kemudahan menyebarkan informasi.

Berdasarkan data dari *We Are Social Hootsuite* (2022), posisi Instagram hingga pada kuartal IV-2021 menempati urutan ketiga setelah Youtube dan Whatsapp dengan presentase 84,8%. Di Indonesia pengguna Instagram tercatat berasal dari usia 18-24 tahun, yaitu sebanyak 34,4 juta, 20% dari seluruh pengguna aplikasinya adalah wanita, sedangkan sisanya pria yaitu sebanyak 17,2%. Dengan target peserta yang menjangkau umur 19-24 tahun, maka Instagram merupakan media yang paling relevan digunakan pada kegiatan *Virtual Scout Competition 2020* yang mana Instagram memiliki popularitas tinggi di kalangan usia tersebut, serta penggunaan yang mudah dan memiliki banyak fitur yang cocok sebagai media kompetisi secara virtual dibanding sosial media lainnya.

Urgensi dari penelitian ini untuk menjadi bahan referensi dalam menyelenggarakan event atau kompetisi yang tidak bisa dilakukan secara tatap muka atau secara langsung karena berbagai kendala, menjadi kegiatan virtual menggunakan sosial media khususnya Instagram. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang penggunaan sosial media Instagram dalam aktivitas sehari-hari dalam pemanfaatan fitur-fitur yang dimiliki Instagram.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Massa

Menurut buku *Komunikasi Massa* karya Rakhmat (2007) mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang dikirimkan kepada sejumlah besar orang melalui media massa (mass communication is sent to a large number of people through the mass media). Pendapat ini berfokus pada pesan yang ditujukan kepada khalayak luas. Hal ini dibenarkan oleh Josep A. Devito mendefinisikannya sebagai berikut: Pertama, komunikasi massa adalah ilmu komunikasi yang sangat luas yang ditujukan kepada massa. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang dimediasi oleh pemancarsuara dan/atau visual.

Nurudin, dalam buku *Pengantar Komunikasi Massa* (2017) memaparkan beberapa ciri komunikasi massa, diantaranya :

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa
2. Komunikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen.
3. Pesannya Bersifat Umum
4. Komunikasinya Bersifat Satu Arah
5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan
6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis.
7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh Gatekeeper.

Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory)

Teori kekayaan media (MRT) diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengyel pertama kali di Tahun 1984. Media Richness Theori muncul berdasarkan perluasan teori kontingensi dan teori pemrosesan informasi sosial. (Venus dan Munggaran, 2017:3). Empat kriteria untuk menilai kegunaan dan kekayaan media.

Menurut Trevino, Daft, et al (1987:358), diantaranya :

- a. Kesegeraan (*immediacy*)
Kesegeraan mengacu pada kemampuan media untuk memberikan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik yang cepat. Kriteria ini sangat penting dalam proses komunikasi, karena penundaan dapat membuat topik penting menjadi tidak relevan.
- b. Keragaman Isyarat (*multiple cues*)
Keragaman Isyarat (Multiple Cues) Keberagaman isyarat merujuk pada kemampuan menyampaikan pesan melalui pendekatan yang berbeda seperti gestur tubuh, suara, intonasi, dan variasi Bahasa (*language variety*).
- c. Variasi bahasa
Mengacu pada kemampuan menggunakan kata-kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu variasi dalam cara penyampaian gagasan dan konsep melalui simbol-simbol bahasa.
- d. Sumber Personal
Berkontribusi pada kemampuan mengekspresikan emosi dan perasaan. Sumber personal penting untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Daft dan Lengel (1986:560) menunjukkan bahwa karena tingkat kekayaan media yang berbeda-beda, beberapa media lebih efektif dibandingkan media lainnya dalam menyelesaikan keambiguan dan ketidakpastian.

Media Richness Theori (MRT) bertujuan untuk menjadikan media komunikasi sebagai pusat perhatian guna meningkatkan kinerja komunikasi suatu organisasi (Venus dan Munggaran, 2017: 4). Pada klasifikasi ini, Instagram memiliki aset tingkat menengah. Kekayaan media tidak hanya membantu meningkatkan kinerja komunikasi, yang lebih penting, mencegah kegagalan komunikasi yang dapat terjadi karena kesalahan dalam pemilihan media.(Venus dan munggaran, 2017:10).

Sosial Media

Media sosial menurut Kotler dan Keller (2016:642) mengartikan bahwa sosial media merupakan media yang dipakai oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, serta video informasi dengan orang lain maupun perusahaan serta sebaliknya. Menurut Dr. Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016:3),menerangkan bahwa Media Sosial adalah medium di *internet* yang memungkinkan penggunaannya mengekspresikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial di dunia maya.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:61), media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang dikembangkan untuk meningkatkan interaksi sosial manusia melalui internet dan teknologi web
2. Media sosial telah berhasil mengubah praktik komunikasi satu arah dengan media penyiaran dari lembaga media dengan banyak pemirsa menjadi praktik komunikasi interaktif antara banyak audiens

3. Media sosial juga merupakan instrumen yang sangat baik untuk pemasaran. Semua kemudahan memiliki akses ke berbagai sudut tempat hanya melalui perangkat seluler. Hal ini memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan mendekatkan mereka dengan konsumen.
4. Media sosial memihak pada demokratisasi ilmu dan informasi. Mengubah manusia dari pengguna isi konten menjadi pembuat konten itu sendiri.

Instagram

Instagram merupakan sebuah teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. *Instagram* berdiri tahun 2010 pada perusahaan Burbn, Inc. Istilah *Instagram* berasal dari kata “insta”, yang artinya foto instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi. Oleh karena itu, *Instagram* merupakan kombinasi dari kata instan dan telegram. Adapun fitur yang tersedia di Instagram adalah : Unggah foto dan video, *Caption*, Komentar, *Hashtags*, *Like*, *Instagram Story*, *Direct Message (DM)*, Arsip Cerita, dan *Instagram Saved Post*

Kompetisi

Kompetisi atau persaingan dalam kamus Bahasa Indonesia (1983:1826) dikatakan sebagai berlomba, berusaha menyamai atau mendahului. Pernyataan tersebut dikuatkan oleh Deaux, Dane, & Wrightsman (1993), yang menyatakan kompetisi adalah aktivitas mencapai tujuan dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok.

Pengertian kompetisi dalam hal ini adalah aktivitas atau usaha yang dilakukan suatu kelompok atau individu untuk mengungguli dan memenangkan sesuatu terhadap kelompok atau individu lain demi mendapatkan suatu tujuan yang telah ditargetkan. Bernstein, Rjkoy, Srull, & Wickens menyatakan kompetisi terjadi ketika individu berusaha mencapai tujuan untuk diri mereka sendiri dengan cara mengalahkan orang lain. Adapun fungsi dari kompetisi yaitu :

1. Memberi Pengaruh Positif Untuk Motivasi
Menurut pendapat Craig Dike yakni seorang psikolog klinis serta asisten klinis pada Doctor on Demand mengatakan jika kompetisi bisa mendorong semua spesies supaya bisa bertahan hidup sekaligus mendorong evolusi biologis serta psikologis
2. Meningkatkan Daya Kerja Otak
Saat mengikuti sebuah kompetisi, maka seseorang bisa meningkatkan daya kerja otak. Nantinya, otak bisa berpikir mengenai strategi terbaik. Ketika kompetisi dimenangkan, maka pusat otak akan aktif serta menghasilkan aliran dopamine yakni hormon yang memberikan perasaan menyenangkan dalam hipotalamus atau pusat kesenangan otak
3. Meningkatkan Produktivitas
Kompetisi juga berguna untuk meningkatkan produktivitas ketika seseorang ikut bergabung dalam kompetisi tersebut. Seseorang yang sedang berkompetisi

nantinya akan menghabiskan banyak waktu untuk berusaha serta bekerja. Dengan begitu, hasil pencapaian yang diperoleh bisa lebih baik dari sebelumnya.

Definisi Konsepsional

Berdasarkan judul yang penulis angkat, definisi konsepsional dari penelitian ini adalah agar diketahui secara spesifik bagaimana pemanfaatan sosial media Instagram yaitu penggunaan fitur-fitur dan kelebihan yang dimiliki sosial media Instagram sebagai media atau wadah untuk melakukan kegiatan atau usaha suatu kelompok dan individu untuk mengungguli dan memenangkan sesuatu terhadap kelompok atau individu lain dalam hal ini pada kegiatan perlombaan “*Virtual Scout Competition 2020*” demi mendapatkan suatu tujuan yang telah ditargetkan. Adapun dalam menilai pemanfaatan sosial media peneliti menggunakan empat kriteria penilaian kekayaan media dari teori kekayaan media, yaitu :

- a. Kesegeraan (*immediacy*)
- b. Keragaman Isyarat (*multiple cues*)
- c. Variasi Bahasa (*language variety*)
- d. Sumber Personal (*Personal Source*)

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Setelah data yang diperoleh, kemudian disajikan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis yang berupa mendeskripsikan atau mengungkapkan karakteristik variabel-variabel. Adapun fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mendeskripsikan secara kualitatif hasil pemanfaatan Instagram sebagai media kompetisi secara virtual pada penyelenggaraan Virtual Scout Competition (VSC) tahun 2020 oleh UKM Pramuka Unmul.

Dalam penelitian ini adapun yang menjadi sumber datanya yaitu informan sebagai sumber memperoleh data. Penelitian ini menentukan informan secara *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud adalah memilih sumber data atau orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang di harapkan. Dalam penelitian ini, adapun pihak yang terlibat menjadi *key informan* dan informan adalah sebagai berikut :

- a. Panitia kegiatan Virtual Scout Competition 2020, Saudah, Universitas Mulawarman sebagai panitia bidang kegiatan.
- b. Alumni sekaligus Pembina UKM Pramuka Universitas Mulawarman, Fitri Susilowati, S.E.
- c. Peserta (Selvianita Damayanti dari Universitas Muhammadiyah Surakarta, juara harapan I lomba video inspiratif *Virtual Scout Competition 2020*)

Data-data yang didapatkan dari informan tersebut kemudian didukung pula dengan sumber data sekunder antara lain melalui sosial media Instagram @pramuka_unmul dan petunjuk teknis (juknis) kegiatan *Virtual Scout Competition* 2020. Untuk teknis pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumen. Selanjutnya, data-data tersebut akan dianalisis dengan 3 cara yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kompetisi Online

Instagram adalah sosial media yang memiliki banyak fitur hingga memudahkan penggunaanya dalam berbagai aktivitas bermedia-sosial seperti media informasi, hiburan, edukasi, promosi, hingga berkompetisi. Dengan kekayaan fitur ini, maka Pramuka Unmul memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media kompetisi secara virtual pada kegiatan “*Virtual Scout Competition*”. Adapun Kriteria untuk menilai kegunaan media dari teori kekayaan media, yaitu sebagai berikut:

a. Kesegeraan (*immediacy*)

Pada masa penyebaran informasi yang dimulai dengan di postingnya poster edaran kegiatan hingga masa pendaftaran menunjukkan bahwa progres dari penyebaran informasi sangatlah cepat ke berbagai daerah yang dibuktikan dengan jumlah 30 peserta dari berbagai wilayah Indonesia dan juga respon pada kolom komentar postingan poster kegiatan yang langsung ditanggapi oleh akun @pramuka_unmul yang kemudian informasi seputar kegiatan selalu di update pada akun tersebut. Hal demikian selaras dengan teori kekayaan media dari Richard dan Daft pada Komunkasi Massa yaitu Kesegeraan ; kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat, sehingga menimbulkan sepemahaman antar peserta dan penyelenggara dari pendaftaran hingga pengumuman pada kegiatan *Virtual Scout Competition*.

b. Keragaman Isyarat (*multiple cues*)

Pada fitur like dan pemberian emotikon pada foto dan video yang diposting, dapat menunjukkan isyarat ketertarikan dan dorongan semangat untuk peserta yang didukung. Penyampaian pesan melalui like dan emotikon tersebut merupakan kemampuan media sosial untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda pada kriteria keragaman Isyarat dalam teori kekayaan media. Dengan adanya emoji, penyampaian pesan pesan bisa lebih hidup secara Bahasa nonformal dalam kehidupan sehari-sehari. Fitur inilah yang digunakan Pramuka Universitas Mulawarman dalam menggunakan berbagai isyarat untuk menarik perhatian serta melakukan pendekatan kepada peserta. Peserta dengan kelompok umur 16-24 tahun akan merasa lebih dekat dengan pola komunikasi seperti ini karena Bahasa yang sama digunakan di kehidupan sehari-hari.

c. Variasi Bahasa (*language variety*)

Dalam menyebarkan informasi kegiatan, akun @pramuka_unmul menggunakan bahasa nonformal pada poster ajakan mengikuti perlombaan, kemudian bahasa formal dan santun pada caption foto/video poster agar dapat dimengerti semua

orang. Hal tersebut agar mendapatkan pendekatan dan perhatian dengan menyesuaikan target peserta dan penyampaian informasi secara luas, yang mana sesuai dengan kriteria keragaman isyarat pada teori kekayaan media, yaitu variasi bahasa dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol bahasa untuk meningkatkan pemahaman. Dalam kegiatan *Virtual Scout Competition*, Pramuka Universitas Mulawarman lebih dominan menggunakan Bahasa non-formal di social media Instagram. Hal ini dimaksudkan agar terasa lebih dekat dengan target peserta lomba yang tergolong usia peserta didik. Namun dalam beberapa momen seperti penjelasan aturan, penyebaran informasi penting, dan pengumuman lomba, digunakan Bahasa yang lebih formal agar memiliki kesan serius dalam pelaksanaan kegiatan.

d. Sumber Personal (*Personal Source*)

Pada mata lomba Desain Poster, Dewan juri menilai hasil karya peserta melalui foto yang di unggah oleh akun @pramuka_unmul. Pada jenis lomba tersebut, dan berdasarkan kriteria penilaian yaitu pesan dan ekspresi yang disampaikan oleh peserta dapat terlihat dan di nilai oleh dewan juri. Hal tersebut memenuhi kriteria penilaian kekayaan media yaitu sumber personal, yaitu kemampuan media untuk menunjukkan perasaan dan emosi.

Asumsi dasar teori kekayaan media

Peserta dapat berinteraksi dengan penyelenggara Pramuka Unmul melalui fitur komentar dan Direct Message berupa pertanyaan-pertanyaan tentang kegiatan tersebut, yang mana jika dikaitkan pada asumsi dasar teori kekayaan media, bahwa pada prinsipnya manusia adalah makhluk yang mencari kepastian, sehingga berkomunikasi dengan penyelenggaraan kegiatan VSC yakni Pramuka Unmul, akan meningkatkan tingkat kepastian untuk peserta.

Dalam pemanfaatannya sebagai media Kompetisi, Pramuka Unmul memanfaatkan beberapa fitur dan menyesuakannya berdasarkan fungsi dan mata lomba. Hal tersebut sesuai dengan asumsi dasar teori kekayaan media yaitu Artinya, keragaman media mempunyai fungsi yang berbeda, sehingga cocok untuk tugas dan karakteristik pesan yang berbeda. (Venus dan munggaran, 2017:4).

Dalam pelaksanaannya, interaksi peserta dan panitia memiliki ragam pendekatan dan tujuan. Peserta akan selalu bertanya perihal perlombaan yang masih kurang jelas, dan mencari informasi lebih banyak sebagai bahan persiapan. Hal tersebut merupakan pemuasan dari rasa penasaran yang muncul dari peserta. Setiap pertanyaan merupakan cara peserta untuk mencari kejelasan dan kepastian untuk mencapai tujuan tertentu.

Pemanfaatan akun Instagram @pramuka_unmul harus dikelola secara baik karena penggunaan fitur yang beragam untuk menyesuaikan tujuan. Instastory digunakan untuk penyampaian informasi dan pengumuman, postingan feed digunakan untuk informasi penting dan pengumpulan konten, direct message untuk komunikasi secara privat, serta fitur-fitur lainnya yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kecocokan dalam penyampaian informasi.

Kelebihan dan Kekurangan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kompetisi Online di Masa Pandemi Covid-19

Kelebihan Instagram sebagai media kompetisi adalah kekayaan fitur yang dimiliki dan juga kualitas yang bagus pada foto dan video yang diupload. Pada tahap pembukaan pendaftaran, informasi dapat tersebar dengan cepat hingga seluruh Indonesia. Penggunaannya sederhana, dan penggunaanya terus bertambah, menjadikan Instagram lebih unggul dari fitur pendukung media sosial lainnya. Dalam pemanfaatannya sebagai media Kompetisi, Pramuka Unmul memanfaatkan beberapa fitur dan menyesuaikannya berdasarkan fungsi dan Artinya, keragaman media mempunyai fungsi yang berbeda, sehingga cocok untuk tugas dan karakteristik pesan yang berbeda. (Venus dan munggaran,2017:4)

Kekurangan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kompetisi yaitu, ada beberapa alur kegiatan yang tidak menggunakan Instagram, yaitu pengumuman hasil perlombaan yang dilakukan secara *live streaming*, orisinal karya peserta tidak dapat dideteksi secara pasti, dan grup chat untuk komunikasi dengan internal peserta. Untuk mengatasi kendala tersebut, Pramuka Unmul menggunakan aplikasi pihak ketiga yang mendukung beberapa alur kegiatan seperti *Google meet* untuk pengumuman secara *livestreaming*, *Google Form* untuk mengumpulkan data peserta yang mendaftar, dan *Whatsapp* sebagai alat komunikasi via chat grup antar peserta dan Panitia. Berdasarkan hierarkinya, tatap muka (*face to face*) dianggap paling “kaya”, sehingga media ini dianggap memiliki kemampuan menghadapi situasi kurang jelas. oleh karena itu dalam pengumuman hasil lomba dilakukan menggunakan aplikasi pihak ketiga yang mendukung fitur *face to face* sehingga informasi dapat disampaikan dengan jelas secara *real-time*.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa Pramuka Universitas Mulawarman memanfaatkan Instagram sebagai media kompetisi online.. Tujuan penggunaan Instagram sebagai media kompetisi adalah untuk tetap melaksanakan kegiatan perlombaan dengan konsep Kepramukaan secara virtual pada saat pandemi Covid-19. Pemanfaatan Instagram sebagai media kompetisi dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap penyebaran informasi perlombaan, pengumpulan hasil karya peserta, penilaian dan pengumuman perlombaan. Fitur yang digunakan oleh Pramuka Unmul yaitu unggah foto dan video, like dan komentar, instastory dan sorotan, hastag dan arroba. Respon yang baik dalam berkomunikasi dan saling interaktif antara followers dan juga pustakawan. Dan berdasarkan tanggapan dari followers dan peserta VSC, bahwasanya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi sudah cukup bagus dan menarik. Dalam menilai kegunaan pemanfaatan media sosial, digunakan 4 kriteria kekayaan media yaitu kesegaraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, kelebihan Instagram sebagai media kompetisi adalah jangkauan yang luas untuk mendapatkan peserta yang banyak agar

daya saing kompetisi meningkat. Pengguna Instagram memiliki tingkat popularitas yang tinggi pada kalangan remaja hingga dewasa yang menjadi target peserta kegiatan *Virtual Scout Competition*. Kekayaan fitur yang dimiliki juga merupakan kelebihan Instagram yang efektif digunakan sebagai media kompetisi secara online, sehingga ragam pesan dapat dengan jelas tersampaikan makna dan nilai yang terkandung. Kualitas foto dan video yang di unggah juga sangat baik sesuai dengan kualitas konten asli yang di unggah. Kekurangan Instagram sebagai media kompetisi adalah fitur live yang hanya bisa menampung dua pengguna dalam sekali live, sehingga Pramuka Unmul menggunakan aplikasi lain untuk melakukan livestreaming pada pengumuman hasil penilaian perlombaan. Kemudian karena kompetisi berbasis virtual, penyelenggara sulit mengidentifikasi orisinalitas karya peserta karena proses pembuatan karya tidak dapat dilihat secara langsung.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diuraikan oleh penulis, maka izinkanlah peneliti untuk memberikan saran mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media kompetisi, yaitu sebaiknya Pramuka Unmul tidak hanya menggunakan Instagram saja, tetapi menggunakan aplikasi Sosial Media yang lain yang juga populer di kalangan remaja hingga dewasa agar lebih banyak menjangkau peserta lebih luas lagi. Penggunaan hastag yang lebih spesifik lagi agar pengelompokan konten menjadi lebih sempit sehingga lebih memudahkan pencarian konten hasil kegiatan pada Instagram. Seluruh anggota Pramuka Universitas Mulawarman wajib mengikuti akun Instagram @pramuka_unmul untuk menaikkan traffic dan engagement akun. Dan yang terpenting yaitu Pramuka Unmul melakukan kegiatan evaluasi secara berkala terhadap pemanfaatan Instagram sebagai sarana Kompetisi guna perbaikan dimasa mendatang.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Achmad Riezka Pratama , 6101415081 (2019) Analisis Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Menarik Minat Peserta Kejuaraan Blora Education Futsal League 2019. Under Graduates thesis, UNNES
- Agnes, R. F., Erawan, E., & Rande, S. (2021). Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Antar Venus, Nantia Rena Dewi. 2017. —Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. Artikel Ilmiah. journal.unla.ac.id
- Arissaputra, S., & Winduwati, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Publik Terkait dengan Penanggulangan COVID-19 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram@ ikpdinaskominfobabel). *Kiwari*, 1(1), 209-218.

- Hanugraha Aning Rahina, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram@dk_nasional Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional Pramuka, Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung: Semarang
- Karman, K. (2013). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 17(1), 93-112.
- Prabandari, K., & Yuliati, L. N. (2016). The influence of social media use and parenting style on teenagers' academic motivation and academic achievement. *Journal of Child Development Studies*, 1(1), 39-53. Vicievanti. (2019) Pemanfaatan Kekayaan Media Sosial Oleh Mojok.Co (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Twitter @mojokdotco dalam Menambah Jumlah User). Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta.
- Rochmanti, M. R. (2021). Feed Instagram sebagai Media Edukasi dan Lomba Teka-teki Silang tentang COVID-19 dan Kesehatan Mental. *Jurnal Pekommas*, 6(3), 105-111.

Buku

- Bruhn, M., Schoenmueller, V., Shaefer, D.B..Are social media replacing traditional media interms of brand equity creation. *Management Research Review*, 35(9) 2012, 770-790
- Cambel, Riset dalam Evektivitas Organisasi, Terjemahan Salut Simamora.(Jakarta: Erlangga, 1989), 121
- Daft, R. and R. Lengel. 1984 —Information richness: a new approach to managerial behaviour and organization Design, *Research in Organizational Behaviour*, Vol.6.
- Donni Juni Priansa, dan Agus Garnida, *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien, dan Profesional*,(Bandung:Alfabeta, 2013), hal. 11.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education
-

Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). Metodologi penelitian. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Website

Alamendah. "Struktur Organisasi Gugusdepan dan Penjelasanannya" Pramukaria.id. Diakses pada Senin 2 Mei 2022. <https://www.pramukaria.id/2014/12/struktur-organisasi-gugusdepan-dan.html>

Anastasya, Maresa. "Pengertian Kompetisi : Fungsi, Bentuk, Manfaat dan Jenis" Adammuiiz.com. Diakses pada Jumat 15 April 2022. <https://adammuiiz.com/kompetisi/>

Dwi Riyanto, Andi. "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022" Andi.Link. Diakses pada Selasa 12 April 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Mahdi, Ivan. "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022" DataIndonesia.id. Diakses pada Sabtu 9 April 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>