

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM PADA KOMUNITAS
AGYA AYLAL HOLIC RIAU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



MUHAMMAD RIZKI NOFRIANDO

NPM : 169110100

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tiada yang lebih sayang kepada kita selain Allah, tiada yang lebih mengetahui kegundahan kita selain Allah, dan tiada yang berupaya menghilangkan kesulitan kita selain Allah. Allah maha besar dan Allah maha segalanya. Allah tidak pernah membeda-bedakan hamba-Nya dalam hal apapun. Allah akan memberikan kemudahan dalam setiap kesulitan kepada hambanya yang tidak berputus asa untuk memperoleh rahmat dan hidayah-Nya. Allah senantiasa menyukai hambanya yang menuntut ilmu, karena dengan ilmu seseorang akan mampu merubah hidupnya di masa yang akan datang.

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini kepada semua orang yang sangat ku kasih dan ku sayangi.

Papa dan Mama Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tidak terhingga, kupersembahkan karya kecilku ini untuk papa dan mama yang telah memberikan rasa kasih, cinta, dan sayangnya serta dukungan yang tiada tara yang tak mungkin terbalaskan hanya dengan selembar kata yang kupersembahkan. Papa dan mama adalah motivator terbesar dalam hidupku, tak pernah bosan mendoakanku dalam setiap langkahku dan tak pernah bosan menasehatiku ketika aku melakukan kesalahan, Pa, ma kalian telah berjuang dan berkorban demi pendidikanku. Kalian banting tulang untuk membiayai dan memenuhi segala kebutuhanku.

Terimakasih untuk segala hal yang telah papa, mama berikan kepadaku.
Semoga ini menjadi langkah awalku untuk membuat papa dan mama
bangga dan bahagia.

aamiin aamiin ya robbal alamin.....

Adikku Tersayang

Untuk Adikku Cindy Alde Pratiwi, kau telah menaruh begitu banyak warna
dalam hidupku yang tak akan pernah tergantikan oleh apapun. Kita lewati
segalanya bersama-sama, walaupun kita sering bertengkar kau selalu
mendoakanku. Terimakasih karena kau telah memberikan dukungan
kepadaku sekaligus menghiburku..

Terimakasih juga untuk seluruh keluarga besarku yang telah memberikan
doa dan dukungannya untuk aku menyelesaikan perkuliahan dan skripsi
ini.

Girlfriend

Untuk teman, sekaligus adik, dan juga sahabat yang aku sayangi.

Terimakasih telah banyak membantuku, mendukung dan juga
mensupportku. Begitu besar perhatian yang kau berikan untukku. Sesulit
apapun keadaan yang aku alami, kau selalu mendampingi. Terimakasih
karena telah menemaniku dan selalu berusaha memberikan yang terbaik
untukku.. Semoga Allah senantiasa melindungimu dan mengabulkan doa-
doamu..

Aamiin aamiin ya robbal alamin....

Teman Mozarella

Untuk teman-teman mozarella, kita sudah banyak saling memberikan dukungan satu sama lain dan berjuang bersama-sama. Kita saling mensupport, mengingatkan dan juga bertukar pikiran satu sama lain. Terimakasih karena kalian sudah memberikan banyak masukan kepadaku. Semoga kita selalu diberikan jalan terbaik oleh Allah SWT.

Bestfriend

Untuk teman yang begitu baik kepadaku Richard Otrisan. Kau begitu banyak membantuku. Kau mendengarkan segala bentuk curhatanku, kau selalu memastikan kalau kau mendengarkan keluh kesahku. Kau teman terbaik yang terus mensupportku, mendukungku, dan mengingatkan aku akan tugas-tugasku. Terimakasih banyak Icad. Semoga kau selalu dalam lindungan Allah SWT dan senantiasa mendapatkan pekerjaan. Tetap semangat dan jangan putus asa. Semoga kita berdua sukses bersama ya..Aamiin aamiin ya robbal alamin..

Teman-teman Seangkatanku

Terimakasih buat seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2016 terutama kelas C, terimakasih karena kalian sudah memberikan begitu banyak cinta selama kita menjalin pertemanan dan persahabatan. Kalian semua luar biasa. Semoga kita semua diberikan kesuksesan dimasa depan dan meraih segala cita-cita yang diimpikan dan semoga Allah memberikan kita kemudahan dalam segala kesulitan yang kita alami.

Aamiin.....

MOTTO

“Jika kau berada di pagi hari, jangan tunggu sampai petang hari. Jika engkau berada di petang hari jangan tunggu sampai pagi. Manfaatkanlah waktu sehatmu sebelum datang sakitmu. Manfaatkanlah waktu hidupmu sebelum datang matimu”. (Hadist Riwayat Bukhari)

“Ubah cara berpikirmu dan kamu mengubah duniamu. Karena kesuksesan tak pernah dimiliki. Ia disewakan dan itu dibayar setiap hari, lakukan yang terbaik karena waktumu terbatas”.

“Jangan pikirkan apa yang diucapkan orang lain, bila ucapan itu bersifat positif jangan tinggi hati, pertahankanlah atau buatlah yang lebih. Apabila ucapan itu bersifat negatif, jadikanlah itu pelajaran untuk menjadi yang terbaik”.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia serta nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul ***“Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau”***.

Shalawat beserta salam tidak lupa pula disampaikan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, beserta orang-orang yang selalu teguh dihatinya di jalan Allah SWT. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan hati yang tulus ikhlas penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.CL selaku Rektor Universitas Islam Riau (UIR).
2. Bapak Dr. Abdul Aziz, S. Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Ibu Eka Fitri Qurniawati, M. I. Kom selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi UIR.
4. Ibu Dr. Fatmawati, S. IP., MM selaku pembimbing utama yang telah banyak memberikan ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIR yang telah banyak membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan.

6. Bapak Kepala Tata Usaha dan Bapak/Ibu Karyawan/wati Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
7. Om Firman selaku Ketua komunitas Agya Ayla Holic Riau yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teruntuk orang tua tercinta dan adik saya yang telah banyak memberikan dukungan serta memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dengan balasan yang lebih baik. *Aamiin aamiin ya Robbal Alamin.*

Pekanbaru, 17 November 2020

Penulis

Muhammad Rizki Nofriando

DAFTAR ISI

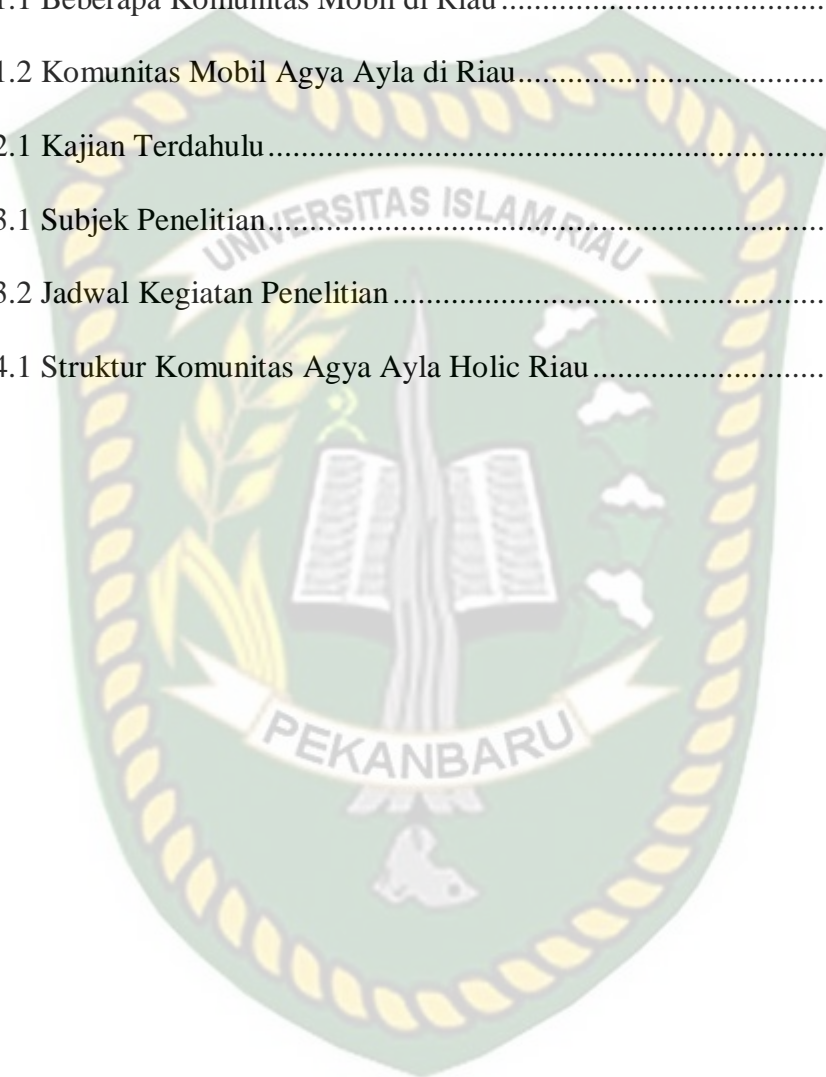
Cover	
Persetujuan Pembimbing Skripsi.....	i
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	ii
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Pernyataan	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Motto.....	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
Abstrak.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Fokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
a. Manfaat Teoritis	7
b. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Komunikasi Kelompok	9
1. Pengertian Komunikasi Kelompok	9
2. Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasi	10

3. Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi	10
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok	11
B. Pengertian Pemanfaatan	12
C. Instagram	13
1. Instagram Sebagai Media Sosial	13
2. Komponen Instagram	16
3. Fungsi Instagram	17
D. Teori Presentasi Diri	18
E. Definisi Operasional	19
1. Pemanfaatan Instagram	19
2. Eksistensi	20
3. Komunitas Mobil	20
F. Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Subjek dan Objek Penelitian	25
1. Subjek Penelitian	25
2. Objek Penelitian	26
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
D. Jenis dan Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data Kualitatif	30
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
1. Sejarah Komunitas Agya Ayla Holic Riau	32
2. Visi dan Misi Komunitas Agya Ayla Holic Riau	33
3. Media Sosial Agya Ayla Holic Riau	34
B. Hasil Penelitian	39
1. Daftar Nama Informan/Subjek	39

2. Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas Agya Ayla Holic Riau	41
a. Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Komunitas	41
b. Instagram Sebagai Media Menambah Jumlah Member	47
c. Instagram Sebagai Sarana Informasi Bagi Anggota dan Masyarakat.....	49
d. Instagram Sebagai Media “ <i>Social-Influencing</i> ” Bagi Masyarakat.....	52
e. Presentasi Diri Member Dari Komunitas Agya Ayla Holic Riau.....	54
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi	56
a. Faktor Pendukung Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi	56
b. Faktor Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi	59
C. Pembahasan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Komunitas Mobil di Riau.....	3
Tabel 1.2 Komunitas Mobil Agya Ayla di Riau.....	4
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Struktur Komunitas Agya Ayla Holic Riau.....	39



DAFTAR GAMBAR

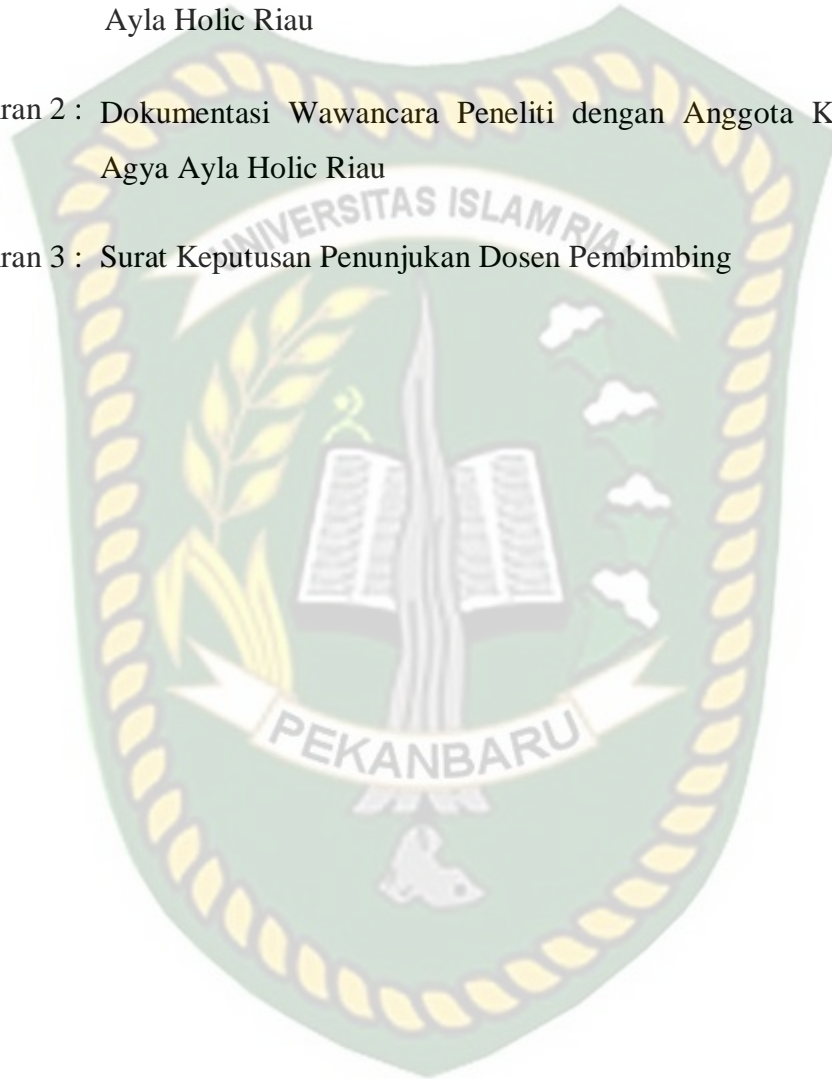
Gambar 4.1 Logo Komunitas Agya Ayla Holic Riau.....	33
Gambar 4.2 Facebook Komunitas Mobil Agya Ayla di Riau	35
Gambar 4.3 Akun Instagram Komunitas Agya Ayla Holic Riau	36
Gambar 4.4 Grup AAH RIAU.....	37
Gambar 4.5 Grup AAHR INFO	38
Gambar 4.6 Akun Instagram Komunitas Agya Ayla Holic Riau.....	42
Gambar 4.7 Kegiatan Komunitas Agya Ayla Holic Riau	44
Gambar 4.8 Kegiatan Komunitas Agya Ayla Holic Menyangkut Pariwisata Riau...	46
Gambar 4.9 Kegiatan Sosial Komunitas Agya Ayla Holic Riau.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara Peneliti dengan Anggota Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara Peneliti dengan Anggota Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Lampiran 3 : Surat Keputusan Penunjukan Dosen Pembimbing



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Muhammad Rizki Nofriando
169110100

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengkaji tentang pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data penelitian dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil wawancara di analisis menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau antara lain: (1) instagram sebagai media promosi kegiatan komunitas; (2) instagram sebagai media menambah jumlah member; (3) instagram sebagai sarana informasi bagi anggota dan masyarakat; (4) instagram sebagai media “*Social-Influencing*” bagi masyarakat; dan (5) presentasi diri member dari komunitas Agya Ayla Holic Riau. Adapun faktor pendukung komunitas untuk meningkatkan eksistensinya adalah kesadaran masyarakat terhadap komunitas dan banyaknya jumlah member. Sedangkan faktor penghambatnya adalah belum optimalnya partisipasi seluruh member dan keterbatasan intensitas postingan komunitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan instagram oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam meningkatkan eksistensi dapat dilakukan melalui presentasi diri anggota dengan postingan foto, video, gambar, dan kata-kata yang ditujukan baik ke publik internal maupun eksternal.

Kata Kunci: *Pemanfaatan, Instagram, Agya Ayla Holic Riau*

Abstract

The Use Of Instagram In The Agya Ayla Holic Riau Community

Muhammad Rizki Nofriando
169110100

This study aims to describe and examine the use of Instagram to improve the existence of the Agya Ayla Holic Riau community. This study uses the theory put forward by Erving Goffman. In this study, researchers used descriptive research methods with a qualitative approach to obtain research data with purposive sampling and data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results of the interviews were analyzed using triangulation of sources. The results showed that the use of Instagram to improve the existence of the Agya Ayla Holic Riau community included: (1) Instagram as a media for promoting community activities; (2) Instagram as a medium to increase the number of members; (3) Instagram as a means of information for members and the public; (4) Instagram as a "Social-Influencing" medium for the community; and (5) self-presentation of members from the Agya Ayla Holic Riau community. The supporting factors for the community to increase its existence are public awareness of the community and the large number of members. Meanwhile, the inhibiting factors are not optimal participation of all members and limited intensity of community posts. So it can be concluded that the use of Instagram by the Agya Ayla Holic Riau community in increasing their existence can be done through self-presentation of members by posting photos, videos, pictures and words aimed at both the internal and external public.

Keywords: *Utilization, Instagram, Agya Ayla Holic Riau*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi sangat pesat di berbagai sektor, terutama pada sektor komunikasi. Perkembangan pada sektor komunikasi ini membawa pengaruh dan perubahan yang sangat besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Salah satunya yaitu teknologi komunikasi yang berbasis media sosial. Dengan menggunakan teknologi komunikasi yang berbasis media sosial, masyarakat tidak lagi mempermasalahakan jarak, batas, ruang, dan waktu dalam berkomunikasi. Masyarakat dapat dengan mudah berkomunikasi dengan orang lain, mengakses segala informasi yang dibutuhkan sesuai dengan berbagai motif tujuan dan motivasi masyarakat itu sendiri. Media sosial juga berguna sebagai media eksistensi baik untuk diri sendiri. Hal ini dikarenakan masyarakat yang menggunakannya dapat menampilkan segala kegiatan dan aktivitas yang dikerjakan, mengeluarkan pendapat, mengekspresikan perasaan mereka, serta berinteraksi secara bebas dan terbuka.

Seiring dengan kemajuan yang dialami oleh media sosial, maka beberapa hal juga ikut mengalami perkembangan dalam hal pemanfaatan, dan salah satu yang menjadi hal menarik adalah ketika bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk suatu hal yang mampu mendatangkan keuntungan tersendiri, bukan hanya sekedar materi akan tetapi mampu memberikan efek menjaga eksistensi baik secara individu maupun kelompok. Eksistensi dapat

diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidaknya kita. Eksistensi perlu diberikan orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita membuktikan bahwa keberadaan kita diakui. Tentu akan terasa tidak nyaman ketika kita ada, akan tetapi tidak ada satupun orang atau masyarakat yang menganggap kita ada. Oleh karena itu, pengakuan dan juga pembuktian dari masyarakat akan keberadaan kita itu penting yang dapat kita nilai dari berapa orang yang menanyakan atau setidaknya merasa membutuhkan kita jika tidak ada.

Penelitian ini bukanlah satu-satunya penelitian yang pernah dilakukan, sebelumnya ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang media sosial dan eksistensi. Peneliti mengambil dua penelitian sebagai penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nuryah Asri Sjafrizah dan Ditha Prasanti (2016: 39) menyatakan bahwa penggunaan media komunikasi sangat efektif untuk menunjang eksistensi budaya lokal yang dimiliki komunitas Tanah Aksara. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Farida Riska (2016: 123) menunjukkan bahwa untuk menjaga dan meningkatkan eksistensi diperlukan beberapa strategi yang mencakup empat pokok diantaranya memanfaatkan media sosial, peran tokoh masyarakat, menjalin relasi dengan pihak lain, dan mengadakan kegiatan.

Saat ini, begitu banyak orang-orang yang ingin membuat dan juga bergabung dalam suatu komunitas. Komunitas itu sendiri merujuk pada istilah '*community*' yang berarti semua orang yang hidup di suatu tempat, atau

sekelompok orang dengan kepentingan atau ketertarikan yang sama (Maryani, 2011: 62). Dengan kata lain komunitas merupakan salah satu organisasi informal dimana orang-orang dapat berkumpul dan bertukar informasi mengenai suatu hal yang berkaitan dengan komunitas itu sendiri serta menjalin silaturahmi agar tercipta rasa kekeluargaan dan solidaritas antar anggota. Setiap orang dapat bergabung kedalam komunitas apapun yang dianggapnya menarik, misalnya komunitas pencinta alam, komunitas motor, komunitas pencinta hewan, komunitas mobil, dan masih banyak lagi. Dalam hal ini salah satu komunitas yang menarik bagi peneliti adalah komunitas mobil khususnya di Riau.

Komunitas mobil di Riau adalah suatu komunitas yang dibentuk atas dasar kecintaan dan kegemarannya terhadap mobil. Sehingga mereka dapat berkumpul, berbagi pengetahuan dan juga *touring* bersama. Terdapat beberapa komunitas mobil di Riau antara lain:

Tabel 1.1 Beberapa Komunitas Mobil di Riau

No	Nama	Komunitas
1.	Pajero Sport	<i>Pajero Sport Family</i> (PSF)
2.	Brio	<i>Honda Brio Community</i> (HBC)
3.	Sigra dan Calya	<i>Sigra Calya Owner Community Indonesia</i> (SCOCI)
4.	Kijang	<i>Toyota Kijang Club Indonesia</i> (TKCI)
5.	Agya Ayla	<i>Agya Ayla Holic Riau</i> (AAHR)

Sumber: Dari Berbagai Sumber, 2020.

Dari beberapa komunitas mobil di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini dikarenakan komunitas ini

merupakan salah satu komunitas yang paling eksis di Riau di antara komunitas Agya Ayla lainnya. Bukan hanya itu, peneliti juga ingin mengetahui seberapa jauh anggota komunitas mampu memanfaatkan media sosial sebagai media eksistensi komunitas tersebut. Berdasarkan informasi yang telah diperoleh peneliti pada tanggal 2 Februari 2020, terdapat beberapa perbandingan komunitas Agya Ayla di Riau antara lain:

Tabel 1.2 Komunitas Mobil Agya Ayla di Riau

Nama	Jumlah Anggota	Instagram	Followers
Galaci Chapter Riau	45 Orang	@galacichapterriau	910 Followers
Agya Ayla Holic Riau	108 Orang	@agyaaylaholicriau	1.028 Followers
Ayla Agya Owner Club Indonesia	20 Orang	@aaoci_chapter_riau	176 Followers

Sumber: <https://www.instagram.com> dikutip tanggal 2 Februari 2020.

Dari tabel di atas, terlihat bahwa perbandingan antara satu komunitas dengan komunitas lainnya berbeda. Hal ini dapat dilihat dari jumlah anggota terbanyak terletak pada komunitas mobil Agya Ayla Holic Riau. Sedangkan *followers* instagram Agya Ayla Holic Riau juga memiliki jumlah terbanyak, itu artinya komunitas ini mampu menggunakan media sosialnya dengan baik dalam rangka meningkatkan eksistensinya di masyarakat.

Alasan peneliti memilih akun instagram @agyaaylaholicriau karena akun ini terkenal di masyarakat terutama bagi kaum laki-laki penggemar mobil. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* @agyaaylaholicriau. Selain

itu unggahan-unggahan dalam akun tersebut juga memberikan seputar informasi mengenai kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan komunitas. Tidak hanya itu, unggahan-unggahan yang diposting juga mengacu pada rasa kebersamaan dan kekeluargaan yang sangat erat. Dengan adanya akun tersebut, maka banyak masyarakat dan juga penggemar mobil Agya Ayla ingin dan telah bergabung di dalam komunitas tersebut.

Komunitas Agya Ayla Holic Riau merupakan sebuah komunitas mobil yang didirikan atas dasar kekeluargaan dan kesamaan hobi. Komunitas ini terbentuk pada tahun 2018 silam hingga sekarang. Begitu banyak orang-orang yang tergabung di dalamnya, baik itu dari kalangan remaja maupun orang tua. Hingga saat ini tercatat jumlah anggota komunitas tersebut sekitar 108 orang dengan anggota yang aktif sebanyak 85 orang dan yang tidak aktif 24 orang. Layaknya organisasi, komunitas mobil Agya Ayla Holic Riau memiliki struktur yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, humas, seksi keagamaan, keamanan, dll. Tidak jauh berbeda dengan komunitas lain yang berada di Pekanbaru, komunitas ini juga tentunya tidak terlepas dari peraturan, baik itu yang mengikat maupun tidak mengikat bagi anggotanya, seperti aturan mengenai setiap orang yang ingin bergabung dengan komunitas wajib mendaftar melalui mekanisme yang telah ditetapkan oleh komunitas.

Seiring dengan perkembangan media sosial, komunitas Agya Ayla Holic Riau memanfaatkannya semaksimal mungkin, hal ini dilakukan agar setiap anggota mampu merangkul dan mengajak para penggemar mobil Agya Ayla untuk bergabung dengan komunitas melalui media sosial dengan

memposting segala kegiatan yang dilakukan komunitas seperti *touring*, kopardar, kopsan, dan kegiatan positif lainnya. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut, tentunya tidak terlepas dari pemanfaatan media sosial yang digunakan sebagai alat untuk mempertahankan eksistensinya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian lebih mendalam mengenai **“Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam meningkatkan eksistensinya, komunitas Agya Ayla Holic Riau mampu memanfaatkan Instagram semaksimal mungkin.
2. Masih ada anggota Agya Ayla Holic Riau yang tidak aktif baik sebagai anggota komunitas maupun dalam kegiatan komunitas.
3. Keberhasilan komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam kompetisi otomotif.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi masalah yang diteliti. Pembatasan ini didasarkan pada tingkat kepentingan dan juga tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Sehingga, peneliti hanya memfokuskan pada satu masalah saja yaitu hanya pada masalah Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau pada masyarakat kota Pekanbaru?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Komunitas Agya Ayla Holic dalam Meningkatkan Eksistensinya?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau pada masyarakat Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan juga penghambat komunitas Agya Ayla Holic Riau untuk Meningkatkan Eksistensinya.

F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran, menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial khususnya instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas dalam masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk orang lain yang mengkaji tentang media sosial.

b. Manfaat Praktis

1. **Bagi masyarakat**, digunakan sebagai referensi agar dapat melihat eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau.
2. **Bagi komunitas**, penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan solidaritas antar anggota komunitas.
3. **Bagi Agya Ayla**, penelitian ini digunakan sebagai sarana promosi untuk menarik minat masyarakat agar membeli mobil Agya Ayla dan bergabung ke dalam sebuah komunitas.
4. **Bagi Peneliti**, Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi pemanfaatan media sosial secara positif dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Kelompok

1. Pengertian Komunikasi Kelompok

Menurut Bungin (2013: 261) komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian orang. Fajar (2009: 65) menyatakan komunikasi kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan bersama, mengenal satu sama lain, dan memandang mereka menjadi salah satu sebagai bagian dari kelompok tersebut. Tidak hanya itu, Harapan dan Syarwani (2014: 6) mengatakan bahwa komunikasi kelompok merupakan sistem komunikasi yang dibangun oleh anggota kelompok disetiap organisasi. Komunikasi kelompok merupakan proses interaksi yang biasanya terjadi didalam sejumlah kecil orang, dimana perilaku komunikasi dari setiap individu didalam kelompok dapat bertatap muka secara langsung dari masing-masing individu yang terlibat.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang memiliki tujuan bersama. Tujuan tersebut ada yang berjangka panjang dan jangka pendek. Di dalam sebuah kelompok diperlukan pemimpin untuk membimbing anggotanya agar bisa bekerjasama untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasi

Klasifikasi kelompok dapat dikelompokkan menjadi tiga klasifikasi (Rohim, 2009: 19) diantaranya:

1) Kelompok Primer

Kelompok primer adalah sebuah kelompok (dua orang lebih) yang melibatkan perkumpulan yang anggotanya bertemu langsung dengan akrab selama jangka waktu yang lama.

2) Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah sebuah kelompok yang dikenali dan digunakan sebagai standar acuan namun tidak mesti dimiliki.

3) Kelompok Kausal

Kelompok kausal adalah kelompok yang terbentuk satu kali saja. Anggota kelompok tersebut tidak saling mengenali satu sama lain sebelum mereka berkumpul.

3. Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi

Adapun pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi (Fajar, 2009: 70), antara lain:

1) Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang riil atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota melakukan yang sama.

2) Fasilitasi Sosial

Fasilitasi menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial.

3) Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap yang agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan akan menentang lebih keras.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok

Menurut Fajar (2009: 71-75) anggota-anggota kelompok bekerjasama untuk mencapai dua tujuan, yaitu:

- a. Melaksanakan tugas kelompok.
- b. Memelihara moral anggota-anggotanya.

Tujuan diukur dari hasil kerja kelompok dan dari tingkat kepuasan. Bila kelompok digunakan untuk saling berbagi informasi, maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Adapun faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

- a. Faktor Situasional, meliputi ukuran kelompok, jaringan komunikasi, kohesi kelompok, dan kepemimpinan.
- b. Faktor Personal, meliputi kebutuhan interpersonal, tindak komunikasi dan peranan.

Ukuran komunikasi kelompok terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil merupakan komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan. Dalam komunikasi kelompok kecil, komunikator menunjukkan pesannya pada benak atau fikiran komunikan. Kemudian komunikasi kelompok kecil adalah proses yang berlangsung secara dialogis, tidak linier, melainkan sirkula.

2. Komunikasi kelompok besar

Komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada reaksi komunikan. Prosesnya berlangsung secara linear. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, yang ditujukan afeksi komunikan, pada hatinya, tau pada perasaannya.

B. Pengertian Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan kata yang berasal dari kata “manfaat” yang artinya guna atau faedah, yang diberikan imbuhan pe-an sehingga dapat diartikan sebagai suatu perbuatan, proses, dan juga cara yang dapat dilakukan agar segala sesuatu menjadi berguna dan memiliki manfaat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemanfaatan adalah proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Sedangkan menurut Rusman (2011: 287) pemanfaatan itu sendiri memiliki tanggungjawab untuk mencocokkan pebelajar dengan bahan dan aktivitas yang spesifik, menyiapkan pebelajar agar dapat berinteraksi dengan bahan dan aktivitas yang dipilih, memberikan bimbingan selama kegiatan dan memberikan penilaian atas hasil yang dicapai pebelajar, serta memasukkan ke dalam prosedur organisasi yang berkelanjutan. Maka dengan begitu, pemanfaatan dalam hal ini dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menggunakan sesuatu secara sistematis sehingga menghasilkan serta memperoleh hal-hal yang bermanfaat.

C. Instagram

1. Instagram Sebagai Media Sosial

Menurut Liliweri (2015: 288) media sosial merupakan suatu media yang hadir sebagai bagian dari perkembangan media baru yang kontras dengan media tradisional/industri seperti media cetak dan media audio visual. Sari (2017: 5) mengatakan bahwa media sosial adalah medium dari internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam membentuk ikatan sosial secara virtual. Selanjutnya Nurudin (2018: 27) mengatakan bahwa media sosial biasa digunakan untuk apa saja, biasa digunakan untuk menyebarkan informasi, alat propaganda, alat promosi, alat kampanye politik, alat pendidikan dan bahkan bisa berdampak buruk pada proses perceraian, menyebarkan isu

SARA, saling menghujat dan lain-lain. Intinya media sosial biasa dipakai kapan saja, dimana saja, untuk apa saja dan untuk tujuan apa saja.

Selain itu, Hamna (2017: 107) juga memaparkan jika media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*user*) itu sendiri, melainkan juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagai data, seperti audio dan video. Sehingga dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan penggunanya dalam proses sosial baik dalam kegiatan interaksi sosial, penyebaran informasi, maupun menjalin hubungan sosial yang memiliki tujuan yang sama atau biasa disebut dengan komunitas.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger (Mahendra, 2017: 152). Menurut Rahmawati (Irma, 2017: 7) instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran, karena melalui instagram barang dan jasa dapat ditawarkan secara online melalui upload foto maupun video singkat. Selanjutnya Adinda dan Edriana (2019: 179) mengatakan bahwa instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung secara online dengan mengundang teman yang memiliki

akses agar dapat mengunjungi profil kita. Dalam penggunaan instagram terdapat beberapa kemungkinan yang dapat mempermudah seseorang (Martinez dkk dalam Kurniawati, 2016: 129-130), diantaranya:

1. *Instamazing*, yang memungkinkan seseorang untuk mencari geolocation untuk melihat letak foto terbaru.
2. *Findergram*, memungkinkan pencarian *hashtag*, memberikan pilihan untuk menampilkan gambar yang sedang di unggah dan hasil pencarian terbatas, serta hanya menunjukkan jumlah foto yang dikelompokkan.
3. *WorldCam*, untuk *search engine* foto *geolocated* tidak hanya di kota tetapi juga di tempat-tempat tertentu.
4. *Webstagram*, memungkinkan mencari kata kunci yaitu dengan menemukan foto dimana kata itu muncul dalam beberapa cara yang menunjukkan sebagian dari nama pengguna dari judul foto.
5. *Search Stagram*, dimana hal ini dapat menyarankan *hashtag* terkait.
6. *Nitrogram*, situs yang fokus pada penawaran pengguna instagram kemungkinan menjaga kontrol aktivitas dan interaksi dengan pengguna lain.

Dengan menggunakan instagram sebuah komunitas akan mudah dalam memperkenalkan serta mengembangkan komunitasnya, terutama demi eksistensinya di lingkungan masyarakat. Hal ini dikarenakan para pengguna instagram lain dapat melihat dan mengetahui segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam sebuah komunitas melalui unggahan

foto maupun video yang diunggah dalam akun tersebut. Sehingga jumlah anggota dalam komunitas dapat bertambah dan masyarakat mengenalnya.

2. Komponen Instagram

Berbeda dengan media sosial lain, akses fitur yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram jauh lebih terbatas jika diakses melalui perangkat komputer. Fitur-fitur seperti mengunggah konten dan mengirim pesan misalnya, hanya bisa dilakukan pada aplikasi instagram di smartphone. Berikut beberapa fitur yang terdapat di instagram (Widiastuti, 2018: 47) antara lain:

1. *Username* atau nama akun

Nama akun instagram hanya terbatas 30 karakter saja yang terdiri dari kombinasi angka, huruf, titik, dan garis bawah.

2. *Profile Picture* atau Gambar Profil

Gambar profil instagram terbatas pada ukuran maksimal 180 x 180 pixels atau minimum 110 x 110 pixels.

3. *Profile Bio*

Tempat untuk memberikan penjelasan dalam maksimal 150 karakter mengenai akun instagram tersebut. Profile Bio instagram adalah satu-satunya tempat dimana pengguna dapat menaruh *link* yang dapat langsung diakses dalam satu kali klik.

4. *Instagram Feed*

Tempat berbagi konten berupa gambar dan video. Satu baris instagram *feed* akan menampilkan tiga konten. Saat ini pengguna

dapat menampilkan 10 video dan gambar dalam satu postingan konten berupa *slide show*.

5. *Instagram Stories*

Salah satu fitur baru instagram yang banyak digunakan pengguna instagram saat ini. Dengan menggunakan *instagram stories*, pengguna dapat berbagi konten gambar dan video.

Selain itu, instagram juga memiliki beberapa jenis interaksi yang dapat digunakan pengguna instagram diantaranya adalah:

1. *Like* : Digunakan untuk memberikan tanda suka pada setiap postingan pengguna lain yang mengikuti kita.
2. *Comment* : Digunakan mengomentari setiap postingan pengguna lain.
3. *Follow* : Digunakan untuk mengikuti pengguna akun instagram lain.
4. *Share* : Digunakan untuk membagikan setiap postingan kita dengan orang lain.
5. *Direct Message* : Digunakan untuk mengirimkan pesan dengan orang lain menggunakan instagram.

3. Fungsi Instagram

Seperti yang telah kita ketahui, fungsi utama dari instagram adalah untuk mengunggah dan berbagi foto serta video pada pengguna lainnya.

Menurut Fauziah dkk (2018: 35) instagram memiliki beberapa fungsi lain

yang sering digunakan para pemilik akun di sosial media instagram. Misalnya pemilik akun menggunakannya sebagai media promosi, sarana penjualan online, dan juga sebagai sarana media dakwah. Sedangkan menurut Mahendra (2017: 156) instagram memiliki beberapa fungsi sebagai media sosial, salah satunya yaitu publikasi kegiatan sosial dan organisasi. Instagram juga bisa menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi dan tempat berkomunikasi atas sebuah isu atau persoalan penting.

D. Teori Presentasi Diri

Teori ini merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Menurut Erving Goffman (dalam Juditha, 2014: 21) individu merupakan aktor yang mampu mempresentasikan dirinya secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Kemudian presentasi diri dapat dilakukan oleh setiap individu, kelompok maupun organisasi untuk mencapai citra diri sesuai dengan yang diharapkan (Boyer dalam Juditha, 2014: 21). Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa presentasi diri merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk menyampaikan tentang gambaran pribadi diri individu kepada orang lain.

Goffman mengasumsikan presentasi diri melalui pendekatan dramaturgi yaitu ketika individu berinteraksi, ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima individu lain. Hal ini disebut dengan pengelolaan kesan atau *impression management*, yaitu teknik yang digunakan

aktor untuk memupuk kesan tertentu dalam sebuah situasi agar tercapainya tujuan tertentu (Rinawati, 2006: 149). Sedangkan presentasi diri melalui media sosial akan memberikan kesempatan luas bagi penggunanya. Ketidakhadiran elemen-elemen nonverbal dalam komunikasi melalui media sosial tidak membuat hal tersebut timpang.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menggunakan teori presentasi diri yang dikemukakan Erving Goffman. Hal ini dikarenakan untuk meningkatkan eksistensi dalam kehidupan masyarakat, sebuah komunitas memerlukan media sosial sebagai sarana untuk mempresentasikan diri. Artinya komunitas harus memberikan gambaran pribadi mengenai kegiatan komunitasnya yang ditampakkan dalam media sosial yang digunakan yaitu instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam membangun citra komunitas. Agar hal demikian berjalan dengan baik, maka anggota komunitas harus mampu memainkan peran tertentu untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dengan postingan foto dan video serta kegiatan komunitas Agya Ayla Holic Riau lainnya, para pengguna instagram akan tertarik untuk mengunjungi akun tersebut terutama orang-orang yang memiliki mobil agya dan ayla. Sehingga menambah jumlah *followers* dan juga meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam kehidupan masyarakat.

E. Definisi Operasional

1. Pemanfaatan Instagram dalam penelitian ini adalah suatu aktivitas yang dilakukan seseorang untuk memperkenalkan serta mempromosikan suatu

kegiatan yang dilakukan, guna agar orang lain melihat dan juga mengunjungi akun yang dimiliki seseorang, baik itu akun pribadi maupun akun yang berkaitan dengan komunitas ataupun bisnis. Dalam penelitian ini akun instagram yang digunakan yaitu akun instagram Agya Ayla Holic Riau @agyaylaholicriau.

2. Eksistensi adalah suatu keberadaan dimana seseorang atau sebuah komunitas ingin di akui dalam lingkungan masyarakat baik pengaruhnya dalam masyarakat maupun sosialnya dengan masyarakat. Sehingga keberadaannya di dalam lingkungan masyarakat akan terus diharapkan.
3. Komunitas mobil yang digunakan dalam penelitian ini adalah kumpulan orang-orang yang memiliki kegemaran dan juga hobi yang sama untuk mencapai tujuan dan keperluan bersama. Sehingga terjalin hubungan silaturahmi dalam suatu komunitas yaitu komunitas Agya Ayla Holic Riau.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil dan Pembahasan
1.	Nuryah Asri Sjafirah dan Ditha Prasanti.	Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. <i>Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi</i> Vol. VI No. 2 (2016).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media komunikasi dalam eksistensi budaya komunitas Tanah Aksara meliputi penggunaan media sosial yaitu jejaring <i>facebook, instagram, dan twitter</i> komunitas Tanah Aksara. Media komunikasi dalam hal ini juga sangat efektif untuk

			menunjang eksistensi budaya lokal yang dimiliki komunitas Tanah Aksara.
2	Farida Riska	Strategi Eksistensi Komunitas Jaringan Gusdurian Jombang. <i>Jurnal Unair</i> Vol. 5 No. 1 (2016).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada strategi eksistensi yang dilakukan komunitas jaringan gusdurian jombang terdiri dari empat pokok. Yang pertama, memanfaatkan media sosial WA, Line, Facebook, dan Twitter. Kedua, peran tokoh masyarakat. Ketiga, menjalin relasi dengan pihak kepentingan lain. Keempat, mengadakan kegiatan yang mampu menarik perhatian masyarakat.
3.	M. Arif Wicaksono	Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. <i>JOM FISIP</i> Vol. 4 No. 2 (2017).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh media sosial instagram wisata dakwah okura terhadap minat berkunjung followers sebesar 57.30%. Artinya besarnya pengaruh tersebut dikategorikan kuat.
4.	Jandy E. Luik	Media Sosial dan Presentasi Diri	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya. Mempresentasikan diri ini dapat melalui media sosial. Kehadiran media sosial memberikan ruang seluas-luasnya bagi pengguna. Terdapat beberapa jenis penampilan yang terlihat secara kasat

			<p>mata yaitu menulis kata-kata bijak di status, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi, menyampaikan aktivitas dan lainnya. Tidak hanya itu, presentasi diri juga dikombinasikan dengan video, gambar, foto dan lain sebagainya.</p>
--	--	--	---

Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis:

1. Nuryah Asri Sjafirah dan Ditha Prasanti (2016). Perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis ialah penelitian sebelumnya tentang penggunaan media komunikasi dalam eksistensi budaya lokal, sedangkan penelitian penulis yaitu tentang pemanfaatan instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas mobil. Sedangkan persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama mengenai eksistensi komunitas dan kemudian menggunakan metode penelitian kualitatif dan data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Farida Riska Universitas Airlangga (2016). Perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang ialah penelitian sebelumnya strategi eksistensi komunitas Gusdurian Jombang, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama tentang eksistensi komunitas. Kedua penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. M. Arif Wicaksono (2017). Perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah penelitian sebelumnya membahas tentang pengaruh media sosial instagram terhadap minat berkunjung followers, sedangkan penelitian penulis membahas tentang pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Kemudian metode penelitian yang digunakan berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian penulis menggunakan metode kualitatif. Persamaan dari kedua penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan instagram.
4. Jandy E. Luik. Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini ialah penelitian terdahulu membahas tentang media sosial dan presentasi diri, sedangkan penelitian saat ini membahas tentang pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas. Persamaannya yaitu sama sama menggunakan media sosial.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2014: 1) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian deskriptif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.

Kemudian Rakhmat (2014: 24) menambahkan metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, dan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Selain itu, Subana dan Sudrajat (2009: 89) juga mengatakan bahwa metode deskriptif merupakan penuturan dan penafsiran data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel, dan juga fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya. Melalui uraian metode dan pendekatan kualitatif di atas, maka peneliti berupaya untuk memperoleh informasi secara keseluruhan mengenai pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Mobil Ayla Holic Riau pada masyarakat.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek merupakan informan yang memahami mengenai informasi dari objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2015: 78). Sedangkan menurut Daherman dkk (2017: 139) subjek adalah penelitian yang menunjuk kepada orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit satuan (kasus) yang diteliti. Dengan kata lain, subjek adalah seseorang yang memberikan informasi kepada peneliti mengenai data yang ingin diperoleh dalam penelitian. Anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau berjumlah 108 orang termasuk didalamnya kepengurusan komunitas. Oleh karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan subjek dalam penelitian. Menurut Arifin (2014: 167) *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik sampling yang digunakan untuk menentukan subjek berdasarkan kriteria kelompok partisipan yang dipilih harus relevan dengan pertanyaan penelitian. Adapun kriteria atau syarat yang ditetapkan peneliti untuk dijadikan subjek penelitian antara lain:

1. Aktif sebagai member Agya Ayla Holic Riau.
2. Aktif sebagai member komunitas minimal 2 tahun.
3. Sebagai followers aktif dari instagram Agya Ayla Holic Riau.

Dari keseluruhan jumlah anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau yaitu 108 orang, peneliti hanya mengambil 6 orang anggota komunitas

untuk dijadikan subjek penelitian diantaranya admin instagram, ketua, humas, dan beberapa anggota yang memenuhi kriteria di atas. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Subjek Penelitian

No	Calon	Jumlah
1.	Admin Instagram	1 Orang
2.	Ketua	1 Orang
3.	Humas	1 Orang
4.	Sekretaris	1 Orang
5.	Anggota	2 Orang
Jumlah		6 Orang

2. Objek Penelitian

Menurut Purwanto (2010: 44) objek penelitian adalah benda-benda yang darinya akan dikumpulkan datanya, pengumpulan data dilakukan dengan cara mengukur sifat pada objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di provinsi Riau. Penelitian dilaksanakan selama 8 bulan dari bulan Februari sampai Oktober 2020 seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Minggu dan Bulan																												Ket								
		Februari				Maret-Mei				Juni-Juli				Agustus				September				Oktober				November												
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4									
1.	Persiapan penelitian penyusunan penelitian usulan	x		x	x	x																																
2.	Seminar penelitian											x																										
3.	Penelitian lapangan																																					
4.	Pengolahan Data dan Analisis Data																																					
5.	Konsultasi bimbingan Skripsi																																					
6.	Ujian Skripsi																																					
7.	Revisi dan pengesahan, penggandaan, serta penyerahan skripsi																																					

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2014: 62) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yaitu data hasil wawancara dan observasi dengan objek penelitian atau sumber utama yaitu ketua dan anggota dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data melalui wawancara langsung dengan anggota komunitas dan informan lain sebagai informan pendukung.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2014: 62) juga mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada si pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Adapun yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah studi pustaka, hasil penelitian (jurnal) dan lain-lain serta gambaran umum profil komunitas Agya Ayla Holic Riau.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Herdiansyah (2014: 116) terdapat tiga metode dalam pengumpulan data kualitatif yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Sedangkan Sugiyono (2014: 62-63) mengatakan teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner,

dokumentasi dan triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat (Herdiansyah, 2014: 132). Data yang diperoleh dari observasi terdiri dari perincian kegiatan, perilaku dan tindakan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipan (*Participant Observation*) mengenai bagaimana komunitas memanfaatkan media sosial instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas mobil Agya Ayla Holic Riau.
2. Wawancara menurut Hikmat (2011: 79) adalah teknik pencarian data/informasi mendalam yang diajukan kepada responden/informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk pertanyaan lisan. Manfaat wawancara menurut Nasution (2016: 114-115) yaitu memiliki fungsi deskriptif artinya melukiskan dunia kenyataan yang dialami orang lain. Kemudian fungsi eksploratif yakni bila masalah yang dihadapi masih samar-samar karena belum pernah diselidiki secara mendalam oleh orang lain. Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu wawancara secara langsung. Artinya peneliti memberikan beberapa pertanyaan melalui tatap muka kepada informan. Wawancara dilakukan di

base camp komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapatkan langsung hasil wawancara serta data yang diperlukan.

3. Studi Dokumentasi menurut Basrowi dan Suwandi (2008: 158) merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Kemudian studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2014: 143). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara menyalin data dan dokumen-dokumen lainnya yang tersedia di *base camp* komunitas Agya Ayla Holic Riau yang berhubungan dengan data-data keanggotaan dan dokumentasi dalam bentuk foto yang ada di komunitas tersebut.

F. Teknik Analisis Data Kualitatif

Menurut Damopoli dan Yaumi (2016: 131) analisis data merupakan pokok dari suatu metode untuk menggambarkan data, mendeteksi pola, dan mengembangkan penjelasan. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Penelitian deskriptif banyak bersifat uraian dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang berpedoman pada landasan teori tentang masalah peneliti.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan peneliti bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan dapat ditanggung jawabkan dari segala segi. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yaitu teknik Triangulasi.

Triangulasi, diartikan sebagai teknik pengumpul data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Triangulasi dibagi menjadi dua bentuk yaitu triangulasi teknik artinya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapat data dari sumber yang sama. Yang kedua triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2014: 83).

Kemudian menurut Mathinson (Sugiyono, 2014: 85) nilai teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Dengan menggunakan teknik ini, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

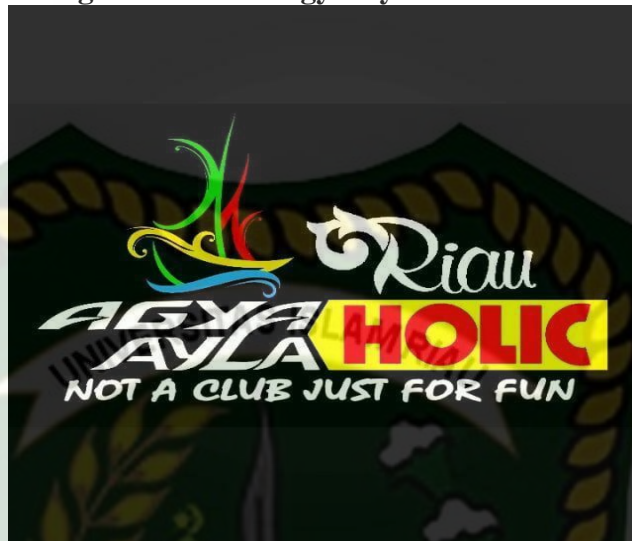
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Berdasarkan hasil wawancara dengan Firman selaku ketua Komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan bahwa komunitas ini terbentuk dan diresmikan pada tahun 2018 silam. Pada saat itu, hanya ada 10 orang yang ikut bergabung dalam komunitas tersebut. Meskipun anggota komunitas Agya Ayla Holic hanya berjumlah 10 orang, namun hal tersebut tidak mematahkan semangat kekeluargaan mereka, sehingga seiring berjalannya waktu dengan berbagai cara dan trik maka mulailah masyarakat dan para pencinta mobil mengenal komunitas ini dan mereka tertarik untuk bergabung. Dari situlah anggota terus menerus bertambah setiap bulannya kurang lebih 30 orang dan sampai pada saat ini anggota terus bertambah menjadi 108 orang.

Pada saat terbentuk komunitas Agya Ayla Holic Riau, mereka belum memiliki struktur organisasi, hal ini dikarenakan sedikitnya jumlah anggota. Akan tetapi seiring berjalannya waktu dengan semakin bertambahnya anggota komunitas ini memutuskan untuk membuat struktur agar seluruh anggota terkoordinir. Struktur tersebut pun terdiri dari ketua koordinator, sekretaris, bendahara, humas, dan sebagainya. Selain itu, komunitas Agya Ayla Holic Riau juga memiliki logo komunitas yang dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1.
Logo Komunitas Agya Ayla Holic Riau



Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

Logo yang dibuat oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau tentu memiliki arti bagi komunitas tersebut, artinya yaitu komunitas ini terbentuk dan dibentuk bukan sebagai sebuah club akan tetapi hanya untuk bersenang-senang. Komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak mengekang setiap anggota, justru mereka memberikan kebebasan kepada setiap anggota dalam hal apapun. Dalam arti komunitas ini tidak membatasi anggotanya dengan peraturan-peraturan yang mengikat, akan tetapi mereka memiliki konsekuensi tersendiri bagi anggota yang tidak dapat berkontribusi dengan baik.

2. Visi dan Misi Komunitas Agya Ayla Holic Riau

a) Visi

Komunitas Agya Ayla Holic Riau ini memiliki visi yaitu mewujudkan generasi muda yang tangguh, mandiri, terampil, dan berakhlak mulia serta memberikan pengalaman untuk seluruh anggota dalam hal perawatan mobil.

b) Misi

1. Menjalin silaturahmi sesama pengguna Agya dan Ayla.
2. Mengadakan kegiatan-kegiatan setiap bulan untuk saling mengenal dan mempererat silaturahmi antar sesama anggota.
3. Mengadakan oprek-oprek atau kegiatan bongkar servis kendaraan untuk menambah pengetahuan antar member.
4. Membantu mengabadikan dan mempromosikan area wisata yang ada di Riau.
5. Meningkatkan hubungan yang baik antar sesama komunitas dan club.

3. Media Sosial yang Digunakan Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh peneliti dengan Firman selaku ketua komunitas mengatakan bahwa media sosial yang digunakan komunitas Agya Ayla Holic Riau untuk meningkatkan eksistensinya antara lain:

a. Facebook

Sebelum menggunakan instagram, komunitas Agya Ayla Holic Riau menggunakan facebook sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk meningkatkan eksistensi komunitasnya yaitu dengan mempromosikan komunitas kepada khalayak luas. Pada akun facebook, admin memberikan informasi-informasi seputar kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau. Selain itu, admin juga membagikan foto untuk setiap kegiatan yang mana foto ini dibagikan

agar masyarakat mengetahui kebersamaan dan kekeluargaan yang terbentuk di dalamnya. Hal ini dilakukan untuk menarik masyarakat agar bergabung ke dalam komunitas. Untuk dapat bergabung dengan grup facebook komunitas Agya Ayla Holic Riau, admin memberikan beberapa pertanyaan kepada pengguna lain sebelum menyetujui permintaan pertemanan. Akun facebook komunitas Agya Ayla Holic Riau dapat dilihat pada gambar 4.2.

Gambar 4.2
Facebook komunitas Agya Ayla Holic Riau



Sumber: Facebook Agya Ayla Holic Riau, 2020

b. Instagram

Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu pesat muncullah media sosial baru yaitu instagram. Komunitas Agya Ayla Holic Riau menggunakan instagram untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat. Hal ini dilakukan karena instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat luas baik dikalangan

remaja maupun dewasa. Dengan banyaknya pengguna instagram tidak sulit bagi komunitas untuk meningkatkan eksistensinya dan juga menambah jumlah *followersnya* hanya dengan memberikan postingan-postingan menarik dan informatif tentang komunitas seperti foto dan video sudah menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat untuk bergabung. Akun instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak bersifat privasi, sehingga seluruh pengguna instagram dapat melihat dan memantau setiap postingan baru yang dibagikan admin. Berikut akun instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Gambar 4.3
Akun Instagram Komunitas Agya Ayla Holic Riau

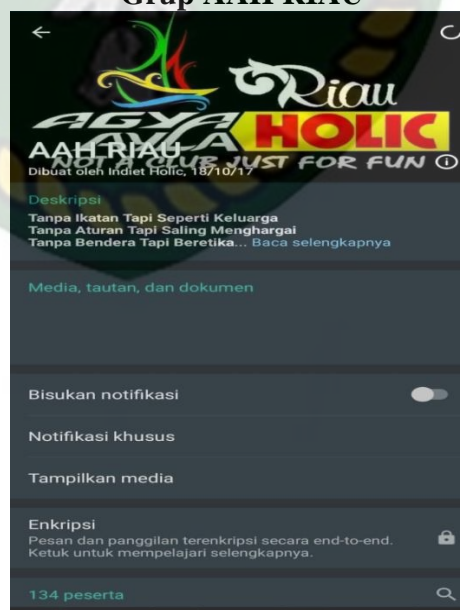


Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

c. WhatsApp

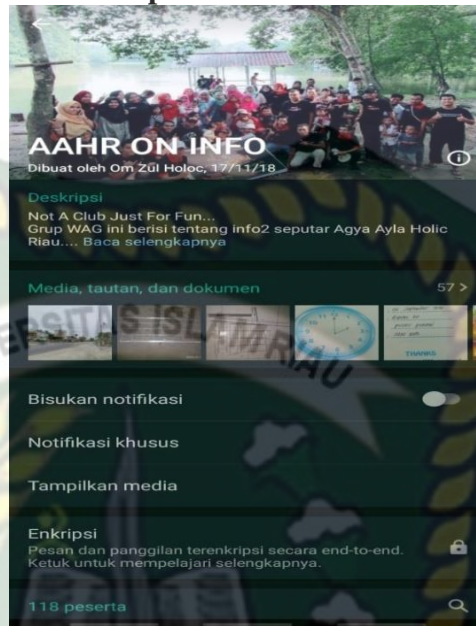
Selain facebook dan instagram, komunitas Agya Ayla Holic Riau juga menggunakan whatsapp. Admin membuat dua grup whatsapp yaitu AAH RIAU dan AAHR ON INFO yang terdiri dari seluruh anggota yang telah bergabung dengan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Grup AAH RIAU admin buat agar seluruh anggota bisa saling bertukar pikiran, curhat, dan berbagi keluh kesah antar anggota/member. Sedangkan grup AAHR ON INFO admin buat untuk memberitahukan setiap informasi kepada seluruh anggota/member yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang akan diadakan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Berikut gambaran grup whatsapp Komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Gambar 4.4
Grup AAH RIAU



Sumber: WhatsApp Agya Ayla Holic Riau, 2020

Gambar 4.5
Grup AAHR ON INFO



Sumber: WhatsApp Agya Ayla Holic Riau, 2020

Dengan adanya WhatsApp tentu mempermudah setiap anggota untuk berkomunikasi baik secara pribadi maupun dengan grup. Dalam WhatsApp ini tentu tidak hanya sekedar informasi saja yang diberikan akan tetapi grup yang ada pada komunitas Agya Ayla Holic Riau juga biasa digunakan untuk bercandaan sebagai bentuk penghilang penat dan saling menyapa satu sama lain. Pada WhatsApp yang digunakan komunitas Agya Ayla Holic Riau admin membuat sebuah sistem otomatis untuk mengetahui nama member, warna mobil, plat, dan juga nomor telepon. Sistem ini bisa diakses secara otomatis dengan menekan #nomor punggung. Maka muncullah data pribadi anggota komunitas tersebut.

Adapun struktur komunitas Agya Ayla Holic Riau dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Struktur komunitas Agya Ayla Holic Riau

NAMA	JABATAN
Firman Yusuf	Ketua Koordinator
Mitra. R	Sekretaris
Zul Hayadi	Bendahara
Yayang Winata	Humas
Harat Andika	Admin Instagram

Sumber: Data Lapangan pada tanggal 2 Februari 2020

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka pada bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian dengan judul Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Agya Ayla Holic Riau. Sebelum peneliti memaparkan lebih jauh mengenai hasil penelitian yang diperoleh, terlebih dahulu peneliti memberikan penjelasan profil subjek penelitian secara umum.

1. Daftar Nama Informan/ Subjek

a) Nama : Firman Yusuf

Jabatan : Ketua Koordinator

Umur : 32 Tahun

b) Nama : Mitra. R

Jabatan : Sekretaris

Umur : 26 Tahun

c) Nama : Yayang Winata

Jabatan : Humas

Umur : 40 Tahun

d) Nama : Harat Andika

Jabatan : Admin Instagram

Umur : 37 Tahun

e) Nama : Chairul Azhari

Jabatan : Anggota

Umur : 24 Tahun

f) Nama : Lorenz Arga Yudha

Jabatan : Anggota

Umur : 36 Tahun

Subjek di atas merupakan informan yang akan peneliti wawancara terkait pemanfaatan intagram yang dilakukan oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat khususnya Pekanbaru. Oleh karena banyaknya jumlah member maka peneliti memilih 6 dari 108 member yang telah bergabung dengan komunitas Agya Ayla Holic tersebut. Hal ini dilakukan tidak lain berdasarkan beberapa pertimbangan yang sudah peneliti tentukan. Sehingga diperoleh nama-nama subjek di atas.

Dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan/subjek mengenai pemanfaatan instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau, peneliti menemukan bahwa media sosial menjadi tempat atau wadah untuk setiap orang dapat berkomunikasi dan berinteraksi tanpa dibatasi oleh tempat ruang dan waktu dalam kehidupan masyarakat. Misalnya para pengguna media sosial dapat

memposting berbagai hal yang memberikan sejuta informasi yang bisa dinikmati para pengguna lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurudin (2018: 27) mengatakan bahwa media sosial biasa digunakan untuk apa saja, biasa digunakan untuk menyebarkan informasi, alat propaganda, alat promosi, alat kampanye politik, alat pendidikan dan bahkan bisa berdampak buruk pada proses perceraian, menyebarkan isu SARA, saling menghujat dan lain-lain. Intinya media sosial biasa dipakai kapan saja, dimana saja, untuk apa saja dan untuk tujuan apa saja.

Pada bagian ini peneliti memaparkan serta menguraikan hasil wawancara yang telah diperoleh menjadi beberapa bagian, hal ini dilakukan agar peneliti mendapatkan hasil penelitian wawancara sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Berikut ini merupakan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari informan/subjek.

2. Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas Agya Ayla Holic Riau

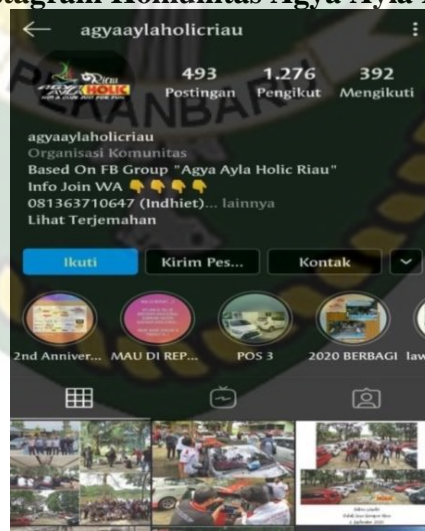
a. Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Komunitas

Admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau memanfaatkan instagram sebagai salah satu cara untuk meningkatkan eksistensi komunitas itu sendiri dengan memberikan dan juga membagikan beberapa informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Selain itu, instagram ini juga digunakan agar masyarakat lebih mengenal komunitas mobil tersebut. Tidak hanya itu, dikarenakan banyaknya pengguna dari media sosial itu sendiri salah satunya adalah

instagram, maka tidak sulit bagi admin instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitasnya dikalangan masyarakat.

Instagram juga merupakan media sosial yang cukup mudah digunakan serta menjadi salah satu media sosial yang efektif untuk memberikan dan menyebarluaskan informasi kapan saja dan dimana saja. Selain itu, instagram juga didukung oleh beberapa fitur yang dapat digunakan, sehingga dengan begitu admin instagram dapat memperkenalkan serta mempromosikan komunitasnya secara efisien dan efektif. Akun instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau dapat dilihat pada gambar 4.6 dibawah ini.

Gambar 4.6
Akun Instagram Komunitas Agya Ayla Holic Riau



Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat jika akun instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau memiliki banyak *followers* yaitu 1.276 orang. Selain itu postingan yang dibagikan komunitas pun begitu banyak

yaitu 493 postingan yang berisikan seluruh aktivitas dan kegiatan komunitas Agya Ayla Holic dari mulai terbentuk hingga saat ini. Komunitas ini dapat berkembang dengan pesat pun tidak jauh dari kiatnya admin instagram dan juga member untuk terus mempromosikan komunitasnya. Mereka terus-menerus menunjukkan hal-hal positif yang mereka lakukan sehingga dapat menarik masyarakat khususnya pengguna Agya Ayla untuk bergabung.

Seperti halnya hasil wawancara yang diperoleh peneliti dengan Firman selaku ketua komunitas Agya Ayla Holic Riau yang memanfaatkan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau ialah:

“Instagram bagi Agya Ayla Holic Riau merupakan media promosi yang digunakan sebagai media eksistensi di dunia maya. Dengan instagram segala bentuk kegiatan dapat terabadikan dan dilihat oleh masyarakat umum serta seluruh pengunjung instagram. Ia juga mengatakan instagram saat ini merupakan hal yang sangat penting karena jika tanpa instagram kemungkinan besar proses promosi menjadi sangat kecil”. (Wawancara pada 12 Agustus 2020)

Seperti yang disampaikan ketua, admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau juga mengatakan bahwa:

“Dengan adanya instagram, eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau bisa lebih maju lagi, hal ini dikarenakan instagram memberikan kemudahan pada orang lain/komunitas lain dan juga masyarakat untuk mengenal Agya Ayla Holic Riau melalui postingan-postingan yang diberikan, baik itu foto, video, maupun kegiatan-kegiatan lainnya. Instagram juga sangat mudah digunakan dan fitur-fitur di dalamnya sangat mendukung”. (Andika, 11 Agustus 2020)

Dengan memanfaatkan sebuah instagram, admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau memperkenalkan komunitasnya dengan berbagi berbagai jenis kegiatan yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic

Riau untuk menunjang peningkatan eksistensi komunitas tersebut di masyarakat agar mereka mengerti dan memahami arti sebuah komunitas. Kegiatan yang dilakukan antara lain kopdar, kopsan, *touring*, pemasangan sticker, dan lain-lain. Berikut beberapa gambaran kegiatan yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Gambar 4.7
Kegiatan Komunitas Agya Ayla Holic Riau



Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

Gambar di atas menunjukkan begitu kompaknya setiap member/anggota dalam komunitas tersebut. Mereka melakukan kegiatan foto bersama setiap kali melaksanakan kegiatan yang sudah mereka agendakan. Rasa kekeluargaan yang tercipta di dalamnya begitu hangat, setiap member tidak pernah membedakan satu sama lainnya. Mereka saling merangkul dan membantu baik dalam keadaan jauh maupun dekat. Dalam setiap kegiatan yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak pernah memaksakan anggota/member untuk terus ikut dalam kegiatan. Komunitas ini membuat agenda teruntuk untuk siapa saja yang bisa ikut dan

bergabung serta tidak memiliki kendala. Jika tidak bisa bergabung dalam kegiatan biasanya mereka memberikan kabar pada grup yang mereka miliki.

Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau melalui akun instagram yang dikelola admin mampu menarik masyarakat untuk bergabung. Untuk masyarakat atau member yang baru bergabung dengan komunitas Agya Ayla Holic Riau akan diberi kesempatan untuk mengikuti kegiatan kopdar sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan sticker komunitas yang akan dipasang pada kaca bagian depan dan kaca belakang mobil setiap member sebagai tanda bahwa mereka telah bergabung dan menjadi keluarga komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Melalui pertanyaan bagaimana pemanfaatan instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas mobil Agya Ayla Holic Riau?

Chairul selaku anggota/informan menjawab pertanyaan di atas, ia mengatakan bahwa:

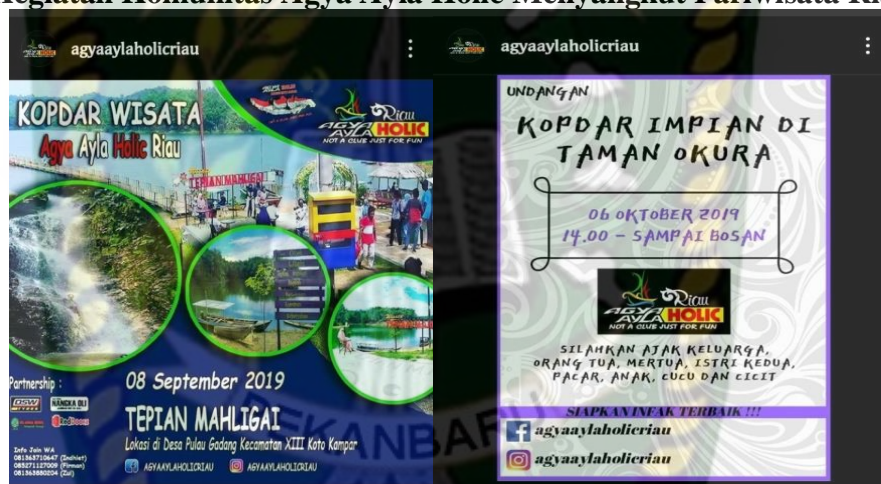
“.....Instagram dijadikan sebagai salah satu media sosial Agya Ayla Holic Riau yang sangat vital peranannya, karena disanalah admin membagikan dan mengekspos seluruh kegiatan Agya Ayla Holic Riau menyangkut pariwisata di Riau. Selain itu admin juga menggunakannya sebagai media penarik untuk anak-anak muda Riau agar tergabung dalam kegiatan positif”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Sedangkan Lorenz menjawab;

“Dengan memanfaatkan aplikasi instagram, admin Agya Ayla Holic Riau bisa mempromosikan dan mengenalkan komunitas dengan mengupload segala kegiatan sehingga pengguna instagram khususnya dibidang otomotif bisa termotivasi untuk gabung”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dikatakan jika instagram memiliki pengaruh yang sangat besar dalam kegiatan promosi komunitas tersebut. Jika hanya mengandalkan mulut ke mulut dan facebook saja mungkin komunitas tersebut tidak berkembang pesat seperti ini. Berikut merupakan beberapa kegiatan komunitas Agya Ayla Holic Riau yang menyangkut pariwisata di Riau dapat dilihat pada gambar 4.8.

Gambar 4.8
Kegiatan Komunitas Agya Ayla Holic Menyangkut Pariwisata Riau



Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

Melalui gambar 4.8 di atas kita bisa mengetahui bahwa untuk setiap kegiatan admin komunitas Agya Ayla Holic Riau selalu membagikan postingan pada akun instagram yang berisikan dimana komunitas akan melakukan kegiatan kopdar, kapan akan dilakukan kopdar, jam berapa, dan dimana titik kumpul sebelum ke lokasi kopdar. Tidak hanya itu, admin tidak lupa mencantumkan instagram dan juga facebook komunitas Agya Ayla Holic Riau agar masyarakat mudah mengaksesnya untuk berkunjung ke laman instagram komunitas. Setiap anggota/ member komunitas juga dapat

membagikannya pada media sosial pribadi mereka agar teman-teman lain mengetahui diluar dari anggota komunitas.

Dari hasil wawancara di atas pemanfaatan instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau sudah cukup maksimal. Admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau mampu memanfaatkan instagram sebagai media untuk meningkatkan eksistensi. Seluruh unggahan yang disajikan admin sudah cukup maksimal dengan pengambilan gambar dan video yang baik.

Agar mengetahui lebih jauh tentang pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan untuk melihat indikator keberhasilan komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam memanfaatkan instagram untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat.

b. Instagram Sebagai Media Menambah Jumlah Member

Bagaimana komunitas Agya Ayla Holic Riau memanfaatkan instagram untuk meningkatkan eksistensi dan seperti apa instagram dalam perkembangan komunitas. Untuk menambah jumlah member melalui instagram, tentunya admin dan juga anggota sama-sama berkerja keras mempromosikan komunitasnya agar member terus bertambah. Berikut beberapa jawaban yang dipaparkan oleh informan diantaranya yaitu Firman selaku ketua komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan:

“Jika dalam hal meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau instagram menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi kepada masyarakat umum dan terbukti sangat membantu

perkembangan komunitas. Hal ini terlihat ketika komunitas Agya Ayla Holic Riau belum menggunakan instagram masyarakat hanya dapat melihat dari facebook yang kadang-kadang hanya berupa pengumuman dan tanpa halaman resmi, namun setelah menggunakan instagram Agya Ayla Holic Riau berikan keterbukaan informasi sehingga jumlah member terus bertambah”. (Wawancara 12 Agustus 2020)

Sedangkan menurut Andika selaku admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau yaitu:

“Menurut saya secara tidak langsung instagram terlibat dalam meningkatkan eksistensi komunitas agar lebih dikenal masyarakat, komunitas/club pencinta otomotif yang ada di Riau dan sekitarnya. Dengan media instagram Agya Ayla Holic Riau terus berkembang hal ini ditunjukkan dengan penambahan member komunitas”. (Wawancara, 11 Agustus 2020)

Selanjutnya Yayang selaku humas mengatakan bahwa:

“Saya memandang jika instagram memiliki keterlibatan yang sangat besar untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau selain untuk mempromosikan/memperkenalkan komunitas kami, instagram juga bisa untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan yang dilakukan melalui postingan yang unik dan menarik. Sehingga tingkat perkembangan komunitas Agya Ayla Holic Riau pesat dengan banyak orang-orang yang bergabung”. (Wawancara 14 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil wawancara di atas komunitas Agya Ayla Holic Riau memanfaatkan instagram sebagai bentuk untuk mencari dan membagikan seputar informasi mengenai mobil atau otomotif dan juga destinasi wisata yang terdapat di Riau. Selain itu, komunitas Agya Ayla Holic Riau juga memanfaatkan instagram sebagai ajang untuk membagikan kebersamaan antar anggota yang tercipta atas rasa kekeluargaan sehingga dapat menambah jumlah member dan juga sebagai jalur bagi komunitas

untuk menyapa komunitas/club lain baik yang di dalam kota maupun diluar kota.

Tidak terlepas dari kegiatan promosi yang dilakukan mampu menambah jumlah member yang begitu pesat. Member komunitas Agya Ayla Holic Riau setiap bulannya terus bertambah, paling tidak satu dua orang dalam sebulan pasti ada yang bergabung dengan komunitas Agya Ayla Holic Riau ini. Antar member dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak dibeda-bedakan, setiap member menganggap bahwa mereka semua sama tidak ada member baru maupun member lama, dan tidak membedakan antara muda dan tua. Anggota/ member Komunitas Agya Ayla Holic Riau ini menghargai satu sama lain, yang tua membimbing yang muda dan yang muda tetap menghormati yang tua.

Selain itu, bagi anggota/member komunitas yang sama sekali atau tiga kali berturut-turut tidak mengikuti kegiatan kopdar komunitas maka anggota/member tersebut akan di dikeluarkan dari keanggotaan. Begitu juga bagi anggota/member yang melanggar kesepakatan yang sudah dibuat yaitu tidak menyebarkan SARA, pornografi, perkataan yang tidak baik dan lain sebagainya akan diberikan konsekuensi yaitu dikeluarkan secara langsung dari keanggotaan komunitas Agya Ayla Holic Riau.

c. Instagram Sebagai Sarana Informasi Bagi Anggota dan Masyarakat

Interaksi yang terjadi antara pengguna dan pengunjung menjadi tolak ukur bagi admin instagram, hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana ketertarikan khalayak untuk setiap postingan yang diberikan. Apakah

masyarakat menyukainya atau bahkan masyarakat tidak menyukainya. Hal ini dapat dilihat melalui *followers* dan juga seberapa banyak pengunjung yang melihat akun instagram tersebut. Berikut jawaban yang dipaparkan oleh Firman selaku ketua,

“Masyarakat dapat memperoleh informasi dan deskripsi komunitas Agya Ayla Holic Riau melalui instagram, disana admin sudah memberikan info-info seputar Agya Ayla Holic Riau. Admin juga memberikan kontak person yang bisa di hubungi jika ada yang ingin bergabung. Tidak hanya itu ketika sudah bergabung admin juga memberikan kemudahan bagi setiap anggota untuk berinteraksi sesama anggota melalui group whatsapp sehingga instagram akan dijadikan sebagai pilihan kedua bagi anggota”. (Wawancara 12 Agustus 2020)

Andika selaku admin instagram juga memaparkan yaitu:

“Informasi tentang komunitas Agya Ayla Holic Riau bisa di dapat melalui berbagai media sosial antara lain instagram dan facebook. Media sosial ini bukan hanya untuk sesama anggota saja akan tetapi bisa di akses oleh masyarakat umum untuk mengetahui apa saja yang sudah dijalankan oleh komunitas”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Selanjutnya Yayang selaku humas komunitas Agya Ayla Holic Riau juga mengatakan bahwa:

“Masyarakat dapat mengetahui deskripsi komunitas melalui biografi di instagram, disana admin sudah memberikan info dengan jelas untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan komunitas. Selain itu baik anggota maupun masyarakat juga bisa melihat tanda yang terdapat di mobil masing-masing anggota misalnya sticker dan lain-lain agar mengetahui bahwa ia merupakan anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau. Bukan hanya bagi masyarakat, admin komunitas Agya Ayla Holic Riau juga memberikan kemudahan bagi setaip anggota untuk membagikan setiap kegiatan yang dilakukan di instagram masing-masing agar komunitas ini lebih banyak dikenal masyarakat dan banyak yang bergabung”. (Wawancara 14 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh peneliti, tolak ukur keberhasilan pemanfaatan instagram komunitas Ayga Ayla Holic Riau sebagai bentuk eksistensi. Admin instagram telah melakukan tugasnya sebaik mungkin dengan memberikan info-info menarik dan bermanfaat untuk masyarakat dan juga komunitas itu sendiri. Selain itu ketua dan admin juga memperhatikan interaksi yang terjadi antara admin dan pengunjung jika pengunjung tertarik mereka bisa menghubungi melalui kontak yang tertera. Bukan hanya informasi kegiatan komunitas saja, admin instagram juga tentunya memberikan informasi seputar otomotif yang dapat dijadikan sebagai pengetahuan baru baik bagi anggota maupun masyarakat.

Tidak hanya otomotif, anggota dan masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai apa saja destinasi wisata yang menarik di Riau untuk mengajak keluarga berlibur ke tempat wisata tersebut. Begitu banyak informasi yang bisa diperoleh melalui instagram komunitas Ayga Ayla Holic Riau yang pasti tentunya segala bentuk kegiatan komunitas yang tidak terlepas dari setiap postingan instagram Ayga Ayla Holic Riau. Melalui postingan instagram komunitas Ayga Ayla Holic Riau, anggota, masyarakat, dan komunitas lain juga bisa melihat bagaimana cara komunitas menambah member, bagaimana setiap anggota dapat berkumpul dan berdiskusi satu sama lain, bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan agar banyak yang bergabung. Sehingga postingan yang berikan admin instagram memiliki nilai positif sebagai penambah wawasan bagi setiap anggota dan masyarakat.

d. Instagram Sebagai Media “Social-Influencing” Bagi Masyarakat

Keberhasilan suatu komunitas dapat dilihat dari efektivitas konten postingan di Instagram untuk mempromosikan dan mengenalkan komunitasnya. Komunitas Agya Ayla Holic Riau melakukan beberapa cara untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat, misalnya mendekati diri secara langsung dengan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat dan juga melalui media sosial salah satunya Instagram. Melalui Instagram, admin dapat membagikan atau memposting kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan serta memberikan informasi agar dikenal secara luas. Di bawah ini beberapa kegiatan sosial komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Gambar 4.9
Kegiatan Sosial Komunitas Agya Ayla Holic Riau



Sumber: Instagram Agya Ayla Holic Riau, 2020

Gambar 4.9 di atas menunjukkan bahwa komunitas Agya Ayla Holic terus melakukan kegiatan amal untuk membantu banyak orang. Hal

ini akan menjadi tolak ukur komunitas tersebut untuk meningkatkan eksistensinya dalam masyarakat. Setiap anggota yang tergabung dalam kegiatan amal akan langsung berinteraksi dengan masyarakat luas, tentu menjadikannya sebagai nilai positif bagi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Salah satunya dalam bencana covid-19 mereka memberikan donasi kepada tenaga medis berupa APD dan juga vitamin. Tidak sebatas itu saja, masih banyak lagi kegiatan-kegiatan amal yang telah dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Berikut adalah tanggapan Firman selaku ketua komunitas Agya Ayla Holic Riau yang mengatakan:

“Begitu banyak trik atau cara-cara yang sudah kami jalankan selama terbentuknya komunitas Agya Ayla Holic Riau ini diantaranya yaitu kami mengadakan kegiatan-kegiatan sosial, mengadakan kopdar bulanan, menyampaikan informasi serta foto-foto yang menarik di instagram, tidak lupa kami juga aktif dalam kegiatan promosi baik dari instagram, perusahaan dan pemerintah serta seluruh member/anggota menggunakan atribut dan juga sticker dikendaraan masing-masing agar di kenal masyarakat”. (Wawancara 12 Agustus 2020)

Tidak jauh berbeda dengan pendapat ketua, Andika selaku admin instagram juga mengatakan,

“Kalau menurut saya trik yang dijalankan sudah cukup bagus dengan mengadakan kopdar bulanan (mengenal member baru), kopwis/3 bulan (luar kota), dan juga mengadakan kegiatan amal (donasi ke panti asuhan, berbagi masker, dan donasi bencana banjir) dan itu semua kami posting melalui instagram agar masyarakat lebih mengetahui keberadaan kami”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Sedangkan Lorenz sebagai anggota mengatakan bahwa:

“Jika ditanya trik yang sudah dijalankan komunitas Agya Ayla Holic Riau saya sebagai anggota melihatnya sudah cukup baik

dengan adanya pemasangan spanduk Agya Ayla Holic Riau di setiap mobil member, kemudian mendirikan post/rest area, dan juga pemakaian media sosial sebagai bentuk promosi”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Dari pernyataan informan di atas sebuah komunitas dijalankan tanpa ada trik yang digunakan maka komunitas tersebut tidak akan maju. Akan tetapi jika dijalankan dengan berbagai trik atau cara maka komunitas akan terus berkembang sesuai dengan keinginan. Sebagai bentuk untuk meningkatkan eksistensinya, komunitas Agya Ayla Holic telah menggunakan instagram sebagai alat untuk membagikan moment-moment terbaik komunitas yang akan memberikan seputar informasi yang akan menambah wawasan pengunjung mengenai mobil. Namun admin instagram tidak selalu memberikan postingan dalam bentuk informasi saja melainkan dalam bentuk rasa kebersamaan dan kekeluargaan.

Rasa kebersamaan dan kekeluargaan ini dapat dilihat melalui postingan instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam setiap kegiatan. Begitu banyak lelucon, cerita, canda tawa yang dibagikan dalam setiap kegiatan. Hal ini sesuai dengan logo komunitas yang mengatakan bahwa komunitastersebut hanya untuk bersenang-senang.

e. Presentasi Diri Member Dari Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Tidak hanya membagikan postingan setiap kegiatan Agya Ayla Holic Riau di akun instagram komunitas saja, tetapi setiap member juga membagikan postingan di akun instagram pribadi. Seperti halnya yang

disampaikan oleh Firman selaku ketua komunitas Agya Ayla Holic Riau yaitu:

“Saya membagikan setiap kegiatan yang sudah dilakukan dalam komunitas. Misalnya pada acara kopdar, saya membagikan setiap moment yang dilakukan dalam bentuk foto. Saya membagikannya pada media sosial yang saya miliki seperti whatsapp, instagram, dan facebook agar setiap pengguna media sosial tersebut mengetahui hal-hal yang kami lakukan itu menciptakan rasa kebersamaan dan juga kekeluargaan yang semakin erat”. (Wawancara, 12 Agustus 2020)

Yayang selaku humas juga mengatakan,

“Begitu banyak kegiatan yang telah dilakukan komunitas baik kopdar, kopwis, dan kopsan. Dari masing-masing kegiatan tentunya kami memiliki susunan acara dari mulai berfoto, berdiskusi, bercanda dan lainnya. Semua itu saya posting sekreatif mungkin pada akun media sosial saya. Selain itu saya juga membagikan moment di akun media sosial saya ketika kami mengadakan kegiatan sosial”. (Wawancara, 14 Agustus 2020)

Selanjutnya Lorenz selaku anggota komunitas juga memaparkan bahwa:

“Kegiatan yang saya posting pada media sosial saya yaitu kegiatan kopdar, *anniversary* komunitas, kopsan, dan kegiatan *touring* yang diabadikan melalui foto dan video-video menarik. Tidak hanya itu, saya juga memposting kegiatan foto bersama member”. (Wawancara, 11 Agustus 2020)

Dari paparan informan di atas, benar adanya jika dengan berbagi foto dan video pada akun media sosial member tentu menunjukkan presentasi diri pribadi maupun komunitas. Artinya member dapat membangun citra diri bagi komunitasnya di lingkungan masyarakat. Citra diri itu sendiri dapat ditunjukkan dengan anggota komunitas yang tidak melanggar setiap aturan yang ada dijalankan, tidak membuat onar, tidak ugaltugalan dan lain sebagainya. Sehingga masyarakat mengenal bahwa komunitas tersebut dapat menghargai pengendara lainnya.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensinya

a. Faktor Pendukung Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi

Dalam melakukan pemanfaatan instagram sebagai salah satu media sosial untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau tentu tidak selalu berjalan dengan mulus, pasti ada beberapa faktor yang mendukung dan juga menghambat. Beberapa faktor tersebut dapat dipaparkan secara keseluruhan melalui hasil wawancara dengan informan yaitu:

a) Kesadaran Masyarakat Terhadap Komunitas

Masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Karena tanpa keterlibatan masyarakat, komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak akan berkembang. Seperti pernyataan yang disampaikan Firman selaku ketua komunitas mengatakan:

“Yang menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau yaitu dimana saat ini rata-rata orang mempunyai akun instagram dan saat ini instagram menjadi aplikasi pengguna terbanyak. Dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak membatasi setiap member untuk berkreasi di instagram masing-masing sehingga meningkatkan eksistensi komunitas tersebut. Selain itu komunitas juga memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat yang bergabung yaitu menambah silaturahmi dan kenalan, memberikan ilmu tentang kendaraan, mendapatkan diskon khusus dari partnership Agya Ayla Holic Riau dan juga memudahkan bagi anggota yang membutuhkan bantuan jika terjadi kendala-kendala di jalan karena member/anggota tersebar di seluruh kabupaten”. (Wawancara 12 Agustus 2020)

Selanjutnya menurut Chairul selaku anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan bahwa:

“Faktor pendukung untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau adalah semua member dan juga masyarakat yang sudah menggunakan media sosial instagram”. (Wawancara, 11 Agustus 2020)

Pernyataan Chairul diperkuat oleh pengakuan Mitra selaku sekretaris komunitas Agya Ayla Holic Riau yang berkata:

“Faktor pendukungnya yaitu banyak masyarakat yang menggunakan media sosial instagram sehingga komunitas lebih mudah untuk mempromosikan dan memperkenalkan komunitasnya dengan pengguna lain terutama pencinta mobil dan orang-orang yang hobi otomotif”. (Wawancara, 15 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, benar adanya masyarakat merupakan salah satu pendorong terjadinya pemanfaatan instagram sebagai salah satu media sosial untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Jika tidak ada masyarakat maka komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak akan pernah ada bahkan terbentuk. Maka dengan terbentuknya komunitas Agya Ayla Holic Riau ini tidak lain karena kesadaran masyarakat akan hobi yang ingin dikembangkannya sehingga memutuskan untuk bergabung dalam sebuah komunitas.

b) Banyaknya Jumlah Member

Selain masyarakat, member juga menjadi salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan eksistensi komunitas. Hal ini karena dengan banyaknya jumlah member akan membuktikan bahwa suatu

komunitas tersebut berhasil dalam mempromosikan dan memperkenalkan komunitasnya pada masyarakat. Firman selaku ketua komunitas mengatakan:

“Yang menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau yaitu dimana saat ini rata-rata orang mempunyai akun instagram dan saat ini instagram menjadi aplikasi pengguna terbanyak. Dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau tidak membatasi setiap member untuk berkreasi di instagram masing-masing sehingga meningkatkan eksistensi komunitas tersebut. Selain itu komunitas juga memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat yang bergabung yaitu menambah silaturahmi dan kenalan, memberikan ilmu tentang kendaraan, mendapatkan diskon khusus dari partnership Agya Ayla Holic Riau dan juga memudahkan bagi anggota yang membutuhkan bantuan jika terjadi kendala-kendala di jalan karena member/anggota tersebar di seluruh kabupaten”. (Wawancara 12 Agustus 2020)

Selanjutnya Andika selaku admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan bahwa:

“Dengan adanya media instagram bisa memudahkan komunikasi antar anggota/member dalam pengabdian foto-foto dan moment yang sudah dilakukan. Sebisa mungkin saya membagikan kegiatan komunitas walaupun kadang terkendala dengan pekerjaan saya”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, benar adanya bahwa member menjadi salah satu pendorong terjadinya pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Dengan banyaknya jumlah member tentu akan memberikan semangat tersendiri bagi anggota/member komunitas untuk terus memajukan komunitasnya. Bahkan jika anggota/member tersebar di seluruh daerah maka besar kemungkinan jika ada kendala di jalan member lain akan membantu.

b. Faktor Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi

a) Belum Optimalnya Partisipasi Seluruh Member

Member tidak hanya menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan eksistensi komunitasnya, akan tetapi member juga dapat menjadi faktor penghambat sebuah komunitas dalam menjalankan visi dan misinya. Seperti yang diungkapkan oleh Andika selaku admin instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan bahwa:

“Faktor penghambat menurut saya adanya member yang tidak berjalan sesuai dengan visi dan misi yang sudah ada”. (Wawancara 11 Agustus 2020)

Bukan hanya itu, yang menjadi faktor penghambat lainnya yaitu tidak adanya paket data. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Lorenz selaku Anggota Komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan:

“Yang menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan eksistensi komunitas di dalam media sosial instagram adalah tidak adanya paket data”. (Wawancara, 11 Agustus 2020)

Dari hasil wawancara tersebut, benar adanya jika member menjadi penghambat terjadinya pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini dikarenakan masih ada saja member yang tidak berjalan sesuai dengan visi dan misi komunitas. Mereka berjalan hanya dengan kemauan mereka sendiri dan tidak memperdulikan hal-hal yang telah ditetapkan. Padahal visi dan misi tersebut perlu dijalankan agar tercapai sebuah tujuan yang ingin dicapai komunitas.

b) Keterbatasan Intensitas Postingan Komunitas

Selain member, terkadang postingan juga menjadi penghambat bagi komunitas untuk meningkatkan eksistensinya. Hal ini dapat terjadi karena tidak teraturnya jarak setiap postingan yang dibagikan di instagram. Yayang selaku humas komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan bahwa:

“Kalau saya melihat mungkin admin instagram hanya akan memposting moment ketika mereka melakukan kopdar dan kegiatan lainnya saja dan itu tidak bisa dipastikan berapa kali admin akan memposting. Dengan tidak adanya postingan bukan berarti kami tidak aktif, kami tetap aktif dengan berdiskusi dan saling tukar pikiran di post kami yang disebut dengan post 3”. (Wawancara, 14 Agustus 2020)

Bukan hanya itu, kurang kreatifnya konten yang diposting di instagram pun dapat menjadi penghalang bagi eksistensi komunitas. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Mitra selaku Sekretaris Komunitas Agya Ayla Holic Riau mengatakan:

“Terkadang postingan yang terdapat di akun instargam kurang kreatif dan kurang menarik. Selain itu kesibukan admin dalam pekerjaan juga menjadi penghalangnya”. (Wawancara, 15 Agustus 2020)

Dari hasil wawancara tersebut, benar adanya jika sebuah postingan bisa menjadi penghambat terjadinya pemanfaatan instagram untuk meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini terjadi karena sebagian besar anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau bekerja jadi mereka sibuk dengan pekerjaannya dan tentu menomor duakan postingan instagram terutama admin instagram.

Dalam komunitas ini sebagian besar anggotanya bekerja sebagai taksi online.

C. Pembahasan Penelitian

Media sosial merupakan salah satu wadah bagi masyarakat untuk berinteraksi dan komunikasi dengan orang lain tanpa memandang jarak, waktu, dan ruang sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Para pengguna media sosial juga bisa menciptakan sebuah kreativitas yang dapat dinikmati oleh pengguna lain atau masyarakat umum yang melihatnya. Sari (2017: 5) memaparkan bahwa media sosial adalah medium dari internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial tentunya memiliki karakteristik yang dapat dinikmati penggunaannya dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di dalamnya baik untuk kepentingan individu, kelompok, bisnis, dan juga pendidikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemanfaatan adalah proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Artinya pemanfaatan yaitu mengoptimalkan segala bentuk kemudahan yang diberikan media sosial melalui fitur-fitur yang tersedia untuk mengukur keberhasilan dari pemanfaatan media itu sendiri.

1. Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas Agya Ayla Holic Riau

Media sosial merupakan salah satu sarana yang memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi secara luas, baik di bidang

pendidikan, kuliner, fashion, teknologi dan lain sebagainya sehingga dapat dijadikan sebagai tempat untuk mengembangkan kreativitas yang dimiliki setiap pengguna. Hamna (2017: 107) juga memaparkan jika media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*user*) itu sendiri, melainkan juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagai data, seperti audio dan video.

Tidak hanya itu, media sosial juga dimanfaatkan pengguna untuk menyebarkanluaskan berbagai informasi secara serentak melalui postingan atau kegiatan-kegiatan positif yang telah dilakukan. Sehingga membantu kinerja penggunanya terutama kinerja admin yang salah satunya adalah mempublikasikan berbagai bentuk informasi dengan menggunakannya secara efisien dibandingkan dengan media lain. Selain itu, media sosial juga memiliki beberapa kelebihan yang menjadikannya sebagai *platform* media siber yang fokus pada eksistensi pengguna dengan memfasilitasi mereka dalam berkreasi, beraktivitas dan juga berkolaborasi (Nasrullah, 2016: 11), sehingga dapat dimanfaatkan dalam berbagai kepentingan.

1) Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Komunitas

Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak manfaat jika digunakan secara optimal. Hal ini karena instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai media promosi. Cara menggunakan instagram pun cukup mudah, hanya dengan membuat akun, kemudian memposting foto dan video agar

dapat dilihat pengguna lain. Hal inilah yang dilakukan oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan komunitas Agya Ayla Holic mampu menggunakan instagram semaksimal mungkin untuk mempromosikan komunitasnya di masyarakat luas dengan membagikan setiap bentuk kegiatan yang dilakukan komunitas tersebut. Postingan yang dibagikan biasanya berupa gambar maupun video yang dapat dilihat pengguna lain sehingga dapat meningkatkan eksistensi komunitas. Tidak hanya itu, mereka juga semaksimal mungkin untuk terus-menerus mempromosikan komunitasnya melalui serangkaian kegiatan agar dikenal masyarakat dan juga memperoleh *partnership* yang akan menunjang kesejahteraan anggota komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Pemaparan di atas sejalan dengan pendapat Fauziah dkk (2018: 35) yang mengatakan bahwa instagram memiliki beberapa fungsi yang sering digunakan para pemilik akun media sosial tersebut, misalnya pemilik akun menggunakannya sebagai media promosi, penjualan online, dan media dakwah.

Instagram dapat digunakan sebagai media promosi bagi komunitas. Disana komunitas dapat membagikan foto dan video untuk setiap kegiatan yang telah mereka lakukan sebagai daya tarik bagi pengguna instagram lain untuk bergabung dalam komunitas tersebut. Kemudian dengan mempromosikan segala bentuk kegiatan komunitas

di instagram, pengguna instagram lain akan mengetahui apa saja kegiatan yang dilakukan dan menarik atau tidak. Jika menurutnya menarik maka hal tersebut akan menjadi pendorong baginya untuk bergabung ke dalam komunitas.

2) **Instagram Sebagai Media Menambah Jumlah Member**

Instagram dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau dijadikan sebagai salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk mencari dan juga membagikan seputar informasi baik mengenai mobil maupun lainnya. Selain itu, komunitas Agya Ayla Holic Riau juga memanfaatkan instagram sebagai ajang bagi komunitas untuk membagikan rasa kebersamaan antar anggota melalui postingan kreatif admin instagram, sehingga dapat menarik pengguna lain untuk mengunjungi profil instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau dan setelah itu mereka yang berminat akan langsung bergabung dengan komunitas. Dengan begitu, seiring berjalannya waktu jumlah member akan terus bertambah.

Hal ini sejalan dengan pendapat Sari (2017: 5) yang mengatakan bahwa media sosial adalah medium dari internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam membentuk ikatan sosial secara virtual. Selanjutnya Adinda dan Edriana (2019: 179) mengatakan bahwa instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk

terhubung secara online dengan mengundang teman yang memiliki akses agar dapat mengunjungi profil kita.

Sehingga berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas, untuk menambah jumlah member sebuah komunitas memerlukan media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempresentasikan dirinya yaitu instagram. Melalui instagram, komunitas dapat membangun citra dirinya dengan memberikan gambaran melalui foto dan video yang diposting. Sebisa mungkin setiap foto dan video yang diposting menarik dan kreatif sehingga dapat menunjang kenaikan jumlah member dalam sebuah komunitas. Melalui media sosial menambah jumlah member sangat mudah yaitu dengan terus memposting kegiatan-kegiatan komunitas tentu akan menarik masyarakat untuk bergabung.

3) Instagram Sebagai Sarana Informasi Bagi Anggota dan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian, komunitas Agya Ayla Holic Riau memanfaatkan instagram untuk memperoleh informasi dan berbagi informasi baik kepada anggota komunitas itu sendiri maupun kepada pengunjung dan pengguna instagram lain. Informasi yang diberikan berupa informasi seputar otomotif dan juga hal-hal yang sudah dilakukan komunitas. Admin instagram juga menjaga interaksi antar pengunjung instagram yang tertarik dengan komunitas yaitu

memberikan kontak yang bisa dihubungi pada bio instagram komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Hasil penelitian di atas di perkuat oleh pendapat Mahendra (2017: 156) yang mengatakan instagram memiliki beberapa fungsi sebagai media sosial, salah satunya yaitu sebagai media publikasi kegiatan sosial dan organisasi. Selain itu, instagram juga bisa menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi dan tempat berkomunikasi atas sebuah isu atau persoalan penting.

Pada zaman yang serba teknologi seperti saat ini, banyak masyarakat memperoleh informasi melalui media sosial salah satunya instagram. Begitu banyak informasi-informasi yang tersebar disana, ada yang positif dan ada juga yang negatif. Semua tergantung pada masyarakat yang menanggapi. Selain itu, melalui media sosial kita dapat memperoleh informasi seputar kejadian atau bencana-bencana yang sedang terjadi baik di dalam kota maupun luar kota.

4) Instagram Sebagai Media “*Social-Influencing*” Bagi Masyarakat

Begitu banyak orang-orang bersilaturahmi atau menjalin hubungan dengan orang lain melalui media sosial, baik itu jarak dekat maupun jarak yang cukup jauh, baik teman maupun keluarga. Mereka yang bahkan tidak pernah bertemu dan berkomunikasi akhirnya dipertemukan dalam media sosial.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, untuk meningkatkan eksistensinya komunitas Agya Ayla Holic Riau menggunakan

instagram untuk membagikan moment terbaik komunitasnya. Mereka juga selalu membuka diri untuk menjalin silaturahmi atau hubungan dengan siapapun dan dimana pun, baik sesama anggota, masyarakat, dan juga komunitas lain dengan memanfaatkan media sosial instagram.

Tidak hanya itu, melalui instagram kita dapat memperoleh informasi seputar kejadian atau bencana-bencana yang sedang terjadi baik di dalam kota maupun luar kota. Dengan adanya bencana itu kita bisa melakukan kegiatan sosial seperti penggalangan dana untuk membantu korban sebagai bentuk rasa kemanusiaan dan kekeluargaan. Penggalangan dana dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial untuk menarik pengguna agar ikut berpartisipasi dalam memberikan bantuan dan sumbangan baik materil maupun moril.

Hal inilah yang dilakukan komunitas Agya Ayla Holic Riau, untuk saat ini mereka selalu melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti melakukan penggalangan dana bagi korban bencana alam, berbagi dengan anak-anak panti asuhan, dan lain sebagainya. Pernyataan yang dipaparkan di atas dapat dikategorikan pada kelompok kausal yang mana kelompok hanya terbentuk satu kali saja dan setiap anggota kelompok tidak saling mengenal satu sama lain sebelum mereka berkumpul (Rohim, 2009: 19).

Berdasarkan pendapat Rohim (2009: 19) mengenai kelompok kausal menunjukkan bahwa benar adanya jika sebuah komunitas

terbentuk melalui orang-orang yang tidak saling mengenal satu sama lain, bahkan ada juga yang berada di luar daerah. Tetapi dengan adanya komunitas mereka bisa saling mengenal satu sama lain dengan membentuk silaturahmi antar anggota. Setiap anggota dikumpulkan menjadi satu melalui berbagai daerah, berbagai watak, dan lain sebagainya. Begitu juga dengan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Mereka dipertemukan dalam sebuah komunitas dari yang tidak mengenal satu sama lain sampai dengan mengenal satu sama lain bahkan sudah terasa seperti saudara.

5) **Presentasi Diri Member Dari Komunitas Agya Ayla Holic Riau**

Berdasarkan hasil yang diperoleh, komunitas Agya Ayla Holic Riau menggunakan tiga media sosial yaitu whatsapp, facebook, dan juga instagram. Dimana seluruh member dapat mempublikasikan dan mempresentasikan komunitasnya di hadapan seluruh dunia melalui foto dan video yang di posting pada akun media sosialnya masing-masing. Hal ini dilakukan agar para pengguna lain dan juga teman dari setiap member mengetahui keberadaan dari komunitas tersebut. Presentasi diri komunitas dapat dilakukan dalam lingkungan masyarakat melalui kegiatan yang dilakukan pada setiap daerah maupun kota salah satunya kunjungan kopdar ke daerah-daerah lain sehingga masyarakat diluar sana mengenal komunitas Agya Ayla Holic tersebut. Kemudian secara tidak langsung yaitu melalui media sosial. Begitu banyak media sosial yang dapat digunakan untuk

mengenalkan dan membentuk citra diri komunitas. Karena begitu banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial. Ribuan bahkan milyaran orang diluar sana menggunakan media sosial. Sehingga Begitu mudah bagi komunitas untuk mempresentasikan diri dalam masyarakat.

Paparan di atas sejalan dengan pendapat Erving Goffman (dalam Juditha, 2014: 21) dimana individu merupakan aktor yang mampu mempresentasikan dirinya secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Kemudian menurut Boyer (dalam Juditha, 2014: 21) presentasi diri dapat dilakukan oleh setiap individu, kelompok maupun organisasi untuk mencapai citra diri sesuai harapan.

Sehingga berdasarkan teori presentasi diri yang dikemukakan Erving Goffman menunjukkan bahwa untuk mempresentasikan diri baik pribadi maupun komunitas dapat dilakukan melalui media sosial. Pada sebuah komunitas, member diberikan kebebasan untuk mempresentasikan setiap kegiatan komunitas melalui foto dan video yang dibuat semenarik mungkin pada akun instagram masing-masing agar masyarakat lebih jauh mengenal tentang komunitas tersebut. Dengan adanya presentasi diri memungkinkan sebuah komunitas akan terus berkembang dengan baik sehingga tujuan yang ingin dicapai pun seusai dengan harapan.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu Jandy E.Luik dengan judul Media Sosial dan Presentasi Diri yang menyatakan setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya. Mempresentasikan diri ini dapat melalui media sosial. Kehadiran media sosial memberikan ruang seluas-luasnya bagi pengguna. Terdapat beberapa jenis penampilan yang terlihat secara kasat mata yaitu menulis kata-kata bijak di status, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi, menyampaikan aktivitas dan lainnya. Tidak hanya itu, presentasi diri juga dikombinasikan dengan video, gambar, foto dan lain sebagainya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensinya

a. Faktor Pendukung Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi

Dalam melakukan pemanfaatan instagram sebagai media untuk meningkatkan eksistensi komunitas, terdapat beberapa faktor pendukung untuk meningkatkan ketertarikan pengguna instagram lain terhadap apa yang kita posting di akun instagram. Memanfaatkan instagram sebagai media sosial untuk meningkatkan eksistensi berarti memposting atau membagikan informasi secara teratur dalam akun instagram yang digunakan, selalu mengupdate kegiatan-kegiatan positif yang telah dilakukan komunitas.

a) Kesadaran Masyarakat Terhadap Komunitas

Berdasarkan hasil penelitian, kesadaran masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung terbentuknya komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini dikarenakan saat ini begitu masyarakat yang menggunakan media sosial instagram sehingga sangat mudah bagi komunitas Agya Ayla Holic Riau untuk mengenalkan dan mempromosikan komunitasnya pada masyarakat khususnya penggemar otomotif dan juga pengguna instagram yang ingin menyalurkan hobi. Dengan begitu penggunaan instagram dapat dikatakan sebagai media sosial yang dapat meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Hal ini sesuai dengan pendapat Fauziah dkk (2018: 35) instagram memiliki beberapa fungsi lain yang sering digunakan para pemilik akun di sosial media instagram. Misalnya pemilik akun menggunakannya sebagai media promosi, sarana penjualan online, dan juga sebagai sarana media dakwah. Instagram juga memiliki peranan yang sangat penting dalam komunitas, semakin banyak masyarakat yang menggunakan instagram, maka semakin mudah pula bagi komunitas dalam mempromosikan komunitasnya untuk meningkatkan eksistensi. Peningkatan eksistensi ini didukung dengan banyaknya masyarakat yang melihat dan mengikuti kita dalam setiap postingan yang dibagikan. Dengan begitu masyarakat

akan mengetahui keberadaan sebuah komunitas jika komunitas itu sendiri memanfaatkan instargam seoptimal mungkin.

b) Banyaknya Jumlah Member

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, selain masyarakat, jumlah member juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam peningkatan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau. Hal ini dikarenakan semakin banyak jumlah member maka semakin membuktikan jika komunitas tersebut berhasil dalam menarik masyarakat untuk bergabung dengan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Banyaknya jumlah member pada komunitas Agya Ayla Holic Riau juga atas kerja keras yang dilakukannya yaitu dengan terusan membagikan dan memposting berbagai bentuk foto dan video sebagai bentuk untuk mempromosikan komunitas Agya Ayla Holic Riau. Dengan begitu melalui instagram masyarakat dapat memperoleh informasi seputar komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Paparan di atas di dukung dengan pendapat Mahendra (2017: 156) instagram memiliki beberapa fungsi sebagai media sosial, salah satunya yaitu publikasi kegiatan sosial dan organisasi. Instagram juga bisa menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi dan tempat berkomunikasi atas sebuah isu atau persoalan penting.

Sejalan dengan pendapat di atas juga, member dan admin instagram dalam sebuah komunitas dapat berkreasi secara langsung sesuai dengan kemampuannya untuk mengajak dan merangkul teman,

keluarga, maupun masyarakat untuk bergabung dalam komunitas. Bukan hanya itu, komunitas pun tidak memberikan batasan bagi setiap anggota untuk memposting setiap kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan pada instagram masing-masing agar jangkauannya menjadi sangat luas. Sehingga baik member ataupun *followers* akan bertambah, hal inilah yang menjadi salah satu faktor pendukung bagi komunitas untuk meningkatkan eksistensinya.

b. Faktor Penghambat Komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam Meningkatkan Eksistensi

a. Belum Optimalnya Partisipasi Seluruh Member

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, benar adanya jika dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau terdapat beberapa penghalang yang menjadikan komunitas tersebut sulit untuk meningkatkan eksistensinya salah satunya adalah kurang pahamnya member komunitas Agya Ayla Holic Riau terhadap visi dan misi yang akan dijalankan. Sehingga terkadang membuat member yang sudah bergabung tidak mengikuti rangkaian kegiatan yang dilakukan. Selain itu, paket data juga menjadi salah satu penghalang bagi komunitas Agya Ayla Holic Riau untuk meningkatkan eksistensi komunitas. Agar hal tersebut tidak terjadi maka diperlukan komunikasi yang dilakukan dalam kelompok serta kesadaran diri setiap member untuk menjalankan visi misi dan tujuan yang telah ditetapkan.

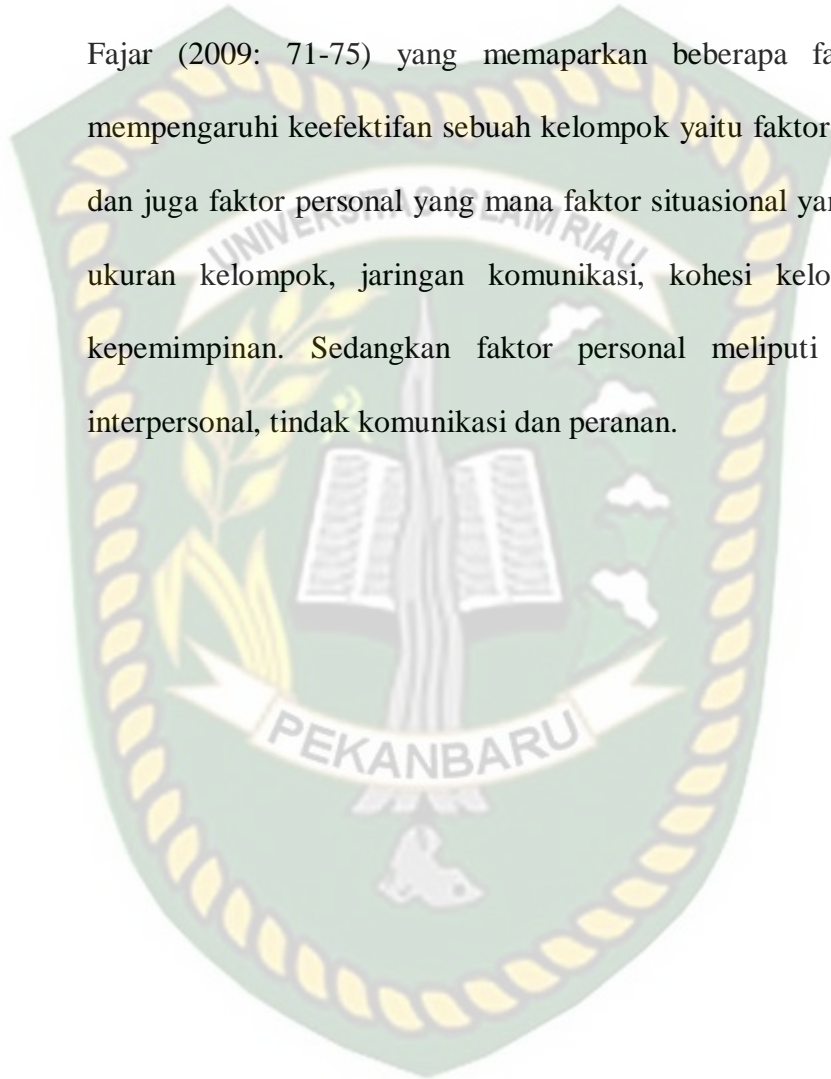
Hal ini sejalan dengan pendapat Fajar (2009: 65) menyatakan komunikasi kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan bersama, mengenal satu sama lain, dan memandang mereka menjadi salah satu sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kemudian Fajar (2009: 71-75) juga mengatakan anggota dalam setiap kelompok akan bekerjasama untuk mencapai tujuan yaitu melaksanakan tugas kelompok dan memelihara moral anggotanya. Jadi dengan menjalankan visi dan misi yang telah ditentukan akan mempermudah sebuah komunitas dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai tersebut.

b. Keterbatasan Intensitas Postingan Komunitas

Berdasarkan hasil penelitian, dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau benar adanya jika sebuah postingan dapat menjadikan sebuah penghambat dalam meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayal Holic Riau di masyarakat melalui instagram. Hal ini terjadi karena banyak member Agya Ayla Holic Riau yang memiliki kesibukannya sendiri termasuk juga admin instagram. Kesibukan itu sendiri dalam hal pekerjaan maupun hal lain. Bahkan terkadang postingan tidak menentu berapa kali akan dibagikan di instagram. Mereka tidak bisa memastikan jarak setiap postingan dalam instagram. Artinya postingan akan selalu beragam ada yang setiap hari *update*, ada yang 3 hari, ada yang seminggu sekali bahkan

sebulan baru *update*. Hal ini terjadi karena tidak setiap saat komunitas Ayla Holic Riau melakukan kegiatan komunitas.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Fajar (2009: 71-75) yang memaparkan beberapa faktor yang mempengaruhi keefektifan sebuah kelompok yaitu faktor situasional dan juga faktor personal yang mana faktor situasional yang meliputi ukuran kelompok, jaringan komunikasi, kohesi kelompok dan kepemimpinan. Sedangkan faktor personal meliputi kebutuhan interpersonal, tindak komunikasi dan peranan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Pada Komunitas Agya Ayla Holic Riau” dapat disimpulkan yaitu pemanfaatan media instagram oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau dalam meningkatkan eksistensi melalui presentasi diri anggota dengan postingan foto, video, gambar, dan kata-kata yang ditujukan baik ke publik internal maupun eksternal. Kemudian pemanfaatan instagram yang dilakukan oleh komunitas Agya Ayla Holic Riau diantaranya yaitu instagram sebagai media promosi kegiatan komunitas, instagram sebagai media menambah member/anggota, instagram sebagai sarana informasi bagi anggota dan masyarakat, instagram sebagai media “*Social-Influencing*” bagi masyarakat, dan presentasi diri member dari komunitas Agya Ayla Holic Riau.

Dalam komunitas Agya Ayla Holic Riau, keberadaan member tidak hanya sebagai faktor pendukung untuk meningkatkan eksistensi komunitasnya di masyarakat, akan tetapi member juga bisa menjadi faktor penghambat. Adapun faktor pendukung dalam meningkatkan eksistensinya menggunakan instagram yaitu kesadaran masyarakat terhadap komunitas dan juga banyaknya jumlah member. Sedangkan faktor penghambat yaitu belum optimalnya partisipasi seluruh member dan juga keterbatasan intensitas postingan komunitas.

B. Saran

Pemanfaatan instagram dalam meningkatkan eksistensi komunitas Agya Ayla Holic Riau sudah tepat, akan tetapi terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemanfaatannya salah satunya yaitu pemanfaatan fitur-fitur instagram dan juga jenis interaksi yang ada di dalamnya. Kemudian admin instagram sebisa mungkin harus memiliki kreativitas tinggi untuk membagikan postingan yang informatif dan menarik sehingga pengguna lain bisa memperoleh informasi seputar otomotif, mobil dan destinasi wisata Riau. Sehingga *followers* dan member bertambah setiap harinya. Selain itu, admin instagram juga harus lebih memperhatikan postingan yang akan di unggah di akun instagram agar tetap stabil.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arifin, Z. 2014. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. 2015. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. 2013. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Daherman, Y. dkk. 2017. *Komunikasi, Media, dan New Media dalam Pembangunan Daerah*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Fajar, M. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harapan, E dan Syarwani, A. 2014. *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Herdiansyah, H. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hikmat, M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Liliwari, A. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Maryani, E. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. 2016. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purwanto. 2010. *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, J. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Rohim, S. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rusman. 2011. *Metode-Metode Pembelajaran: Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subana dan Sudrajat. 2009. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastuti, R.N. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Yaumi, M. dan Damopoli, M. 2016. *Action Research*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

B. Jurnal

- Adinda, S dan Edriana, P. 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram @eksplormalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 72 (I): 179.
- Fauziah. R. dkk. 2018. Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio* Vol. 4 (1): 35.
- Farida, R. 2016. Strategi Eksistensi Komunitas Jaringan Gusdurian Jombang. *Jurnal Unair* Vol. 5 (1). 123-136.
- Hamna, D. M. 2017. Eksistensi Jurnal Di Era Media Sosial. *Jurnalisme* Vol. 03 (1): 107.
- Irma, A. 2017. Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online. *Jurnal Online Kinesik* 4 (2): 7.
- Juditha, C. 2014. Presentasi Diri Dalam Media Sosial Path. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan* 15 (1): 21.

- Kurniawati, W. D. N. 2016. Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobongan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Jurnal Komuniti* VIII (2): 127-130.
- Mahendra, B. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi* 16 (01): 152-156.
- M. Arif Wicaksono. 2017. Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *JOM FISIP* Vol. 4 (2): 1.
- Nurudin. 2018. Media Sosial Baru dan Munculnya Braggadocian Behavior di Masyarakat. *Jurnal Komuniti* Vol. 10 (1): 27.
- Nuryah. A. S dan Ditha, P. 2016. Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* VI (2): 39.
- Rinawati, R. 2006. Dramaturgi Poligami. *Jurnal Mediator* 7 (1): 149.
- Sari, M. P. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *JOM FISIP* 4 (2): 5.

C. Internet

http://repository.petra.ac.id/15386/1/Media_Sosial_dan_Presentasi-Diri.pdf
diakses pada 27 Februari 2020 pukul 21.14.

<https://www.instagram.com> dikutip tanggal 2 Februari 2020.

<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Pemanfaatan>. Diakses pada 14 Juli 2020 pukul 20.01.