



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

Nomor : K/UBL/FKDK/000/014/03/21

**TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDARMA PERGURUAN TINGGI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan fungsi Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
- 2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
- 3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
- 5) Statuta Universitas Budi Luhur;
- 6) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/543/10/18 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
- 7) Keputusan Rektor Universitas Budi Luhur No. K/UBL/REK/000/003/01/22 tentang Perubahan Nama Fakultas Ilmu Komunikasi menjadi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk membuat karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Maret 2022
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur


Mawiroh Vera, M.Si



Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur

Nomor : K/UBL/FKDK/000/014/03/21

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2021/2022

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, M.I.Kom
2.	Abdul Muis Sobri, S.Ag., M.Kom
3.	Ahmad Thabathaba'i, S.I.Kom
4.	Amin Aminudin, M.I.Kom
5.	Anastasya Putri Christiany, M.I.Kom
6.	Anggun Putrie D.I. Bestarie, S.Sos, M.M
7.	Arbi Cristional Lokananta, M.I.Kom
8.	Archita Desia Logiana, M.M
9.	Arida Hikmawati, S.S., M.Si
10.	Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn
11.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom
12.	Artyasto Jatisidi, M.I.Kom
13.	Azelia Faramita, S.Si., M.M
14.	Benny Muhdaliha, M.Sn
15.	Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn
16.	Budi Afrian, S.T
17.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom
18.	David Randy, M.I.Kom
19.	Denik Iswardani Witarti, Ph.D.
20.	Dewi Pugersari, M.Ds
21.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom
22.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si
23.	Doddy Wihardi, S.I.P, M.I.Kom
24.	Dominggo Subandrio, S.I.Kom
25.	Dr. Afrina Sari, M.Si
26.	Dr. Ahmad Toni, M.I.Kom
27.	Dr. Bambang Pujiyono, S.Sos., MM., M.Si
28.	Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom
29.	Dr. Hadiono Afdjani, M.M, M.Si
30.	Dr. Hakim, M.Pd
31.	Dr. Igp Wiranegara, S.Sn., M.Sn
32.	Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
33.	Dr. Nawiroh Vera, M.Si
34.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si
35.	Dr. Safriady, S.Sos., M.Si
36.	Dr. Umaimah, M.Si
37.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
38.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
39.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
40.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
41.	Drs. Hesti Mulyono, S.I.Kom
42.	Drs. Safaruddin Husada, M.I.Kom
43.	Dwi Christianto, S.H, M.Si
44.	Dwi Kristanto, S.H., M.M
45.	Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

46.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom
47.	Elizabeth, S.E, M.M
48.	Eryco Muhdaliha, S.E., M.M
49.	Fatma Misky, S.I.Kom
50.	Gerdina Leonora Hetharia, S.Th
51.	Geri Suratno, M.I.Kom
52.	Harningsih, M.I.Kom
53.	Haronas Kutanto, M.I.Kom
54.	Ikg Toddy Supranata, MBA
55.	Ilham Akbar Afandi, M.I.Kom
56.	Indah Suryawati, M.Si
57.	Ir. Ady Widjaja, M.Sc., MM., M.Kom
58.	Ir. R. Priadi Soefjanto
59.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
60.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
61.	Lies Andayani, S.Pd., M.Pd
62.	Liza Dwi Ratna Dewi, M.Si
63.	Medya Apriliansyah, S.E., M.Si
64.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
65.	Moh Syamsul Arifin, M.I.Kom
66.	Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn
67.	Mohammad Ichsan, M.Si
68.	Muhammad Ikhwan, M.I.K
69.	Muhammad Iqbal Naufal, M.I.Kom
70.	Muhammad Shaufi, M.Pd.I
71.	Mulyati, M.I.Kom
72.	Nexen Alexandre Pinontoan, M.I.Kom
73.	Panca Maulana, S.E., M.M
74.	Putro Nugroho, S.S.T
75.	Rama Romindo Utomo, S.H., M.I.Kom
76.	Retno Ayu Tri Lestari, M.I.Kom
77.	Ria Irawan Hutaeruk, S.Pd.K., M.Pd.K
78.	Ricky Widyananda Putra, M.Sn
79.	Rifqi Muflih, S.Sos, M.Si
80.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom
81.	Ritantri Kristina, S.E, M.M
82.	Rocky Prasetyo Jati, M.Si
83.	Saeno, S.Sos



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

84.	Sangga Arta Witama, M.I.Kom
85.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom
86.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si
87.	Sinta Dwi Utami, S.I.P, M.I.Kom
88.	Sukma Alam, M.I.Kom
89.	Suwadi, M.I.Kom
90.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom
91.	Syahrul Awal, S.I.P., M.Si
92.	Syaiful Anwar, S.Ag., M.M
93.	Tagwa Putra Budi Purnomo Sidi, S.E., M.M.
94.	Taufan Prahara Gunadi, M.I.Kom
95.	Veronica Sri Utami, S.Psi., M.I.Kom
96.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom
97.	Wedha Stratesti Yudha, M.Sc
98.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si
99.	Yori Pusparani, M.Ds
100.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T
101.	Zakaria Satrio Darmawan, M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Maret 2022

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur



Dr. Nawirah Vera, M.Si

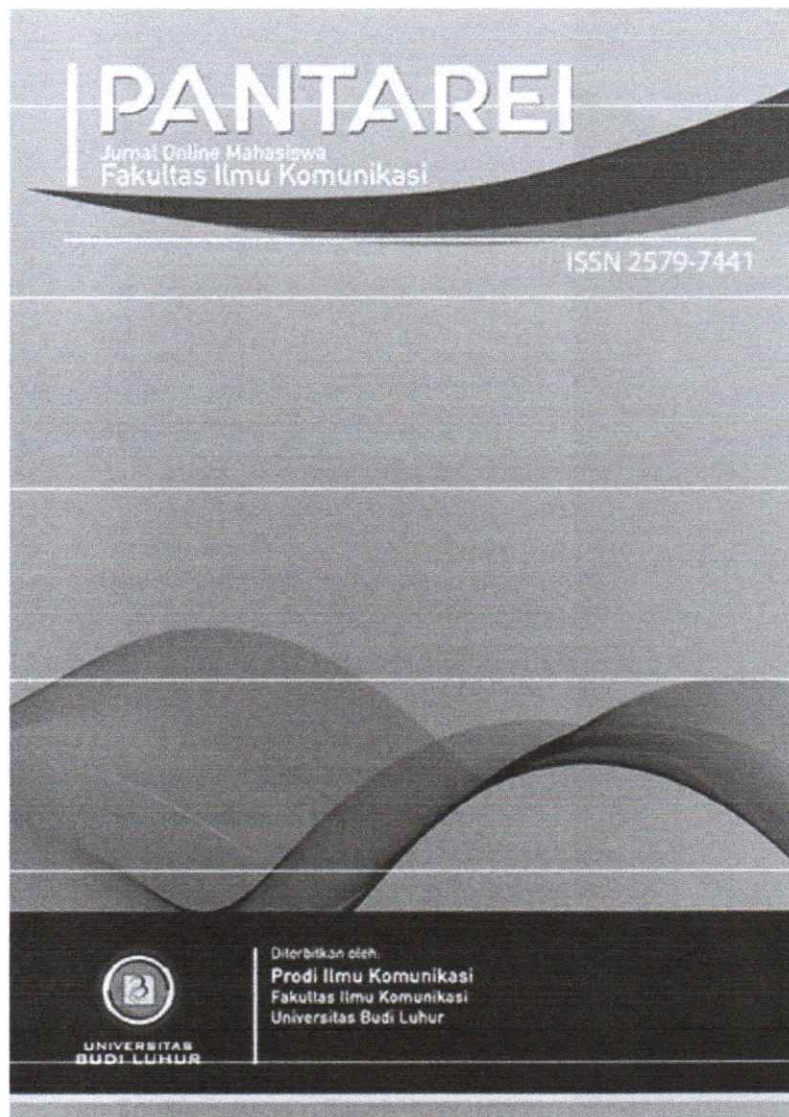
PANTAREI

[Current](#) [Archives](#) [About](#)

[Home](#) / [About The Journal](#)

JURNAL PANTAREI

ISSN 2579-7441



[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Search](#)[Home](#) / [Archives](#) / Vol 6 No 01 (2022): PANTAREI

Jurnal Pantarei merupakan salah satu media publikasi ilmiah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang diterbitkan secara online oleh Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur. Terbit 4 kali setiap tahun, yaitu Maret, Juni, September dan Desember. Jurnal Pantarei ini berisi hasil tugas akhir baik berupa skripsi maupun penciptaan karya dari mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang diterbitkan dalam bentuk artikel ilmiah. Jurnal ini diterbitkan sebanyak empat kali dalam setahun. Pemuatan naskah dipilih dan diproses oleh dewan penyunting. Naskah yang dimuat adalah naskah yang lolos seleksi dan belum dimuat di jurnal lain.

Published: 2022-03-31

Table Of Contents

FRAMING PEMBERITAAN DESAIN ISTANA NEGARA IBU KOTA BARU

Ferry Candra, Dudi Iskandar

 [PDF](#)

KONSTRUKSI JURNALISME PERSPEKTIF GENDER

Ilham Amirullah, Arbi Cristional Lokananta

 [PDF](#)

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TANGERANG DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT MELALUI APLIKASI TANGERANG LIVE

[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Search](#)[Home](#) / [Editorial Team](#)

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur, Jakarta

Editor

Nawiroh Vera, SCOPUS ID: 57191036775, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

Liza Dwi Ratna Dewi

Dini Maryani

Artyasto Jatisidi

Reviewer

1. Afrina Sari
2. Ahmad Pramegia
3. Ahmad Toni
4. Arief Ruslan
5. Armaini Lubis
6. Bambang Pujiyono
7. Benny Muhdaliha
8. Bintarto Wicaksono
9. Dany
10. Denada Faraswacyen L. Gaol
11. Dini Maryani Sunarya
12. Doddy Wihardi
13. Dudi Iskandar
14. Dwi Prijono Soesanto
15. Eko Putra Boediman
16. Elizabeth
17. Hadiono
18. Haronas Kutanto
19. Ikg Toddy Supranata

Nina Utami, Eko Putra Boediman



STRATEGI PRODUSER DALAM MENINGKATKAN RATING DAN SHARE PROGRAM REDAKSI CNN INDONESIA SIANG

Yudi Nur Hilanudin, Nawiroh Vera



INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI TERKAIT KESELAMATAN BERKENDARA

Rama Satria, Rachmi Kurnia Siregar



ALITAS PELANGGARAN KODE ETIK JURNALISTIK DALAM FILM “YOU CALL IT PASSION”

Veby Stevani, Rachmi Kurnia Siregar



REPRESENTASI KEPERCAYAAN SHINTO PADA FILM ANIME “KIMI NO NA WA”

R. Bismo Brahmantio, Nawiroh Vera



KONSTRUKSI BERITA PENGGEREBEKAN PINJAMAN ONLINE ILEGAL

Afiat Nafasa Dwinanto, Indah Suryawati



PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Yudis Bowo Pratama, Indah Suryawati



STRATEGI EKSEKUTIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM “SEMANGAT PAGI INDONESIA” DI TVRI

Winda Herdiana Putri, Wenny Maya Arlena



INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI TERKAIT KESELAMATAN BERKENDARA (STUDI KASUS PADA AKUN @ROADSAFETY_POLICING)

Rama Satria

ramastr66@gmail.com

Rachmi Kurnia Siregar

Rachmi.Kurnia@Budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The new media is a means to deliver messages to the masses using digital technology or so-called a network of communication and information technologies that encompass entire societies using computer devices and smartphones. New media today have a powerful influence on social sustainability in communities, mass media, as well as the picture and success of information technology and communication, which is a source of knowledge and information, due to the need for information so quickly to make significant changes thanks to the presence of the Internet. The study has a purpose to see how instagram on @roadsafety_policing's account shares information and education to its followers (followers). The study approach employs qualitative descriptive research methods. The study subject is @roadsafety_policing and instagram users following @roadsafety_policing account. The object of this study was the @roadsafety_policing account as information media and education. Data collection techniques are acquired through observation, and in-depth interviews to five @roadsafety_policing and @roadsafety_policing account managers. The study USES computer-generated communication theory or computer mediated communication (CMC) to include three parts, cyberspace, cybersociety, cyberculture. The study of @roadsafety_policing's account of a 3 C includes cyberspace that allows instagram users to interact with other users. Cybersociety as a medium for information to users, and cyberculture is a new online culture for users to meet the needs of reading a news item, with a view to gaining entertainment, information, hobbies, and education.

Keywords: Instagram, Social Media, Information, Education

PENDAHULUAN

Pada abad ke-21 ini perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat, perkembangan ini membuat banyak media online bermunculan dan semakin populer di kalangan masyarakat. Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi berkembang dengan sangat pesat, membuat perubahan yang besar dan sangat nyata terhadap kehidupan manusia di era sekarang. Teknologi informasi yang berkembang pesat pada abad ke-21 telah menandai munculnya sebuah era baru komunikasi juga teknologi informasi. Disebut sebagai New Wave Technology, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. Kehadiran New wave technology didukung oleh perangkat informasi yang semakin canggih sehingga bermunculan gelombang revolusi teknologi baru. Kekuatan utama dari New Wave Technology ada pada perangkat baru seperti computer, smartphone dan sejenisnya serta akses internet murah. Tentu saja kenyataan ini membawa perubahan pada sisi khalayak, terutama dalam hal kepuasan terhadap informasi yang didapat. McNamus melansir bahwa salah

satu ciri dalam lingkungan media baru yaitu, saat kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiensi kolektif menuju kepuasan grup atau individu. (Nasrullah,2014;2).

Berdasarkan data WeAreSocial.net dan hootsuite 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 272 juta jiwa. Lebih dari 70% masyarakat Indonesia mengakses internet dengan menggunakan perangkat mobile (Smartphone). Angka tersebut melampaui penggunaan internet via mobile secara global, yakni 50% yang merupakan angka tertinggi keempat dari penggunaan smartphone di dunia.



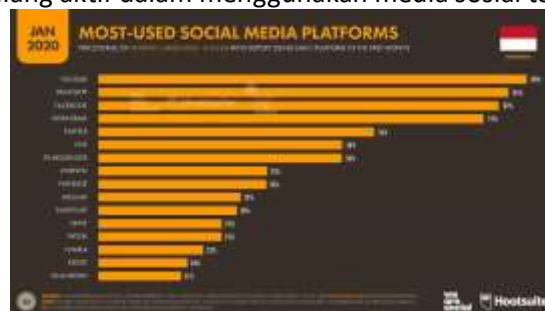
Gambar 1 Pengguna Internet Di Indonesia

Sumber : <https://.slideshare.net/> diakses pada tanggal 30 Juni 2021 14:45

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari 338 juta jiwa populasi masyarakat di Indonesia adalah pengguna mobile phone, 175 juta jiwa masyarakat di Indonesia pengguna internet. Dan sebanyak 160 juta jiwa pengguna media sosial mobile, data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia sudah banyak yang sadar tentang internet dan media sosial dalam pertukaran informasi yang dibutuhkan.

Media sosial sangat populer saat ini, media sosial memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi satu sama lain dengan cara membagikan aktivitas sehari-hari tidak hanya dengan teks tetapi juga dengan foto, video yang bisa menarik perhatian banyak orang, dan yang memungkinkan banyak pertukaran informasi dan edukasi.

Media sosial aktif yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia terbagi menjadi beberapa kategori media sosial yaitu jejaring sosial (social network) dan juga pengirim pesan personal (messenger) yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini, serta pembagian tersebut berdasarkan penggunaannya yang dinilai sangat berperan penting dalam penyebaran informasi. Masing-masing kategori tersebut memiliki keunggulan nya sendiri, serta penggunaannya yang terbilang aktif dalam menggunakan media sosial tersebut.



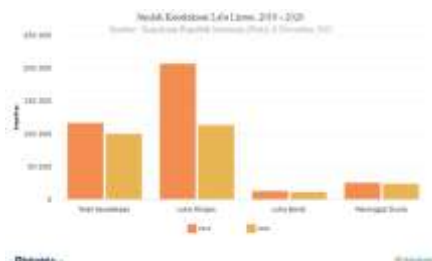
Gambar 2 Pengguna Aktif Sosial Media

Sumber : <https://andi.link/> diakses pada tanggal 30 Juni 2021 15:05

Berdasarkan gambar 1.2 media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Instagram berada dalam urutan ke empat yang paling aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia

dengan 79% pengguna aktif. Setelah youtube yang paling banyak digunakan dengan 88% pengguna aktif, Facebook yang berada dalam urutan ketiga dengan 82% pengguna aktif dalam kelompok media jejaring sosial (social networking).

Dari sekian banyaknya media jejaring sosial (social networking) dan dari berbagai segi penggunaan serta tujuannya salah satu yang banyak dipakai dan sering digunakan oleh masyarakat adalah Instagram yang awalnya dipakai untuk mengisi waktu luang, berbagi cerita berupa foto, video pribadi, bersosialisasi dengan teman dekat hingga mencari teman baru melalui instagram, kini telah mengalami perkembangan serta berevolusi dengan sangat inovatif sehingga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber pengetahuan.



Gambar 4 Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> di akses pada tanggal 09/02/2021 Pukul 12.12

PRESENTASE DATA KECELAKAAN LALU LINTAS

Data Korps Lalu lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia (Korps Lalu Lintas) mencatat ada 100.028 kecelakaan lalu lintas pada tahun 2020 di Indonesia. Korlantas Polri juga mencatat ada 113.518 korban luka ringan akibat lalulintas pada tahun 2020. Kasus meninggal dunia lalulintas akibat lalulintas tercatat sebanyak 23.529 kasus pada tahun 2020 turun 8% pada tahun sebelumnya yang sebanyak 25.671 korban.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti membuat rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana penyampaian informasi dan edukasi @Roadsafety_policing di instagram untuk para followers/pengguna Instagram. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konten instagram @roadsafety_policing berperan sebagai media informasi dan edukasi bagi pengguna instagram.

KERANGKA TEORITIS

Komunikasi massa pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas dan pada sisi lain merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience. Pusat dari studi komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. (Rohim, 2009;160).

Media online memanfaatkan jaringan internet, Karena itu untuk menggunakan media online penggunanya harus memiliki jaringan teknologi komunikasi perangkat komputer ataupun smartphone yang merupakan bagian dari ciri khas media online, media online atau internet kini di anggap sebagai sarana yang paling efektif untuk menyebar luaskan pesan atau informasi kepada khalayak.

Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi, Diklasifikasikan menjadi 6 jenis, blog dan mikro blog (Twitter), situs jejaring sosial (facebook), dunia sosial virtual (Second life), proyek kolaborasi (Wikipedia), komunitas konten (Youtube), dan dunia game virtual (world of Warcraft). Media sosial memfasilitasi masyarakat untuk saling terhubung satu sama lain menggunakan internet.

Informasi di media sosial dapat dikumpulkan, dipertukarkan, dan disebar luaskan dalam hitungan detik. Peran aktivis di media sosial meliputi penyebaran pesan kampanye, dimana aktivisme mereka didefinisikan sebagai proses dimana sekelompok orang memberi tekanan pada organisasi atau institusi lain untuk mengubah kebijakan, praktik, atau kondisi yang ditemukan aktivis.

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sebagai salah satu media komunikasi, media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, tapi juga ekspresi diri, "pencitraan diri", dan ajang "curhat" bahkan keluh-kesah dan sumpah-serapah (Vera, 2017:200).

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram di ambil dari kata "Insta" yang asalnya "Instan" dan "Gram" dari kata "telegram". Jadi instagram merupakan gabungan dari kata Instan Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat di artikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain. Kebutuhan manusia akan teknologi juga di dukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat. perkembangan teknologi berkembang secara drastic dan terus berevolusi hingga saat ini dan semakin mendunia (Ghazali, 2016:8).

Pengertian informasi sendiri ialah sekumpulan fakta atau data yang sudah diproses dan dikelola seperdemikian rupa, informasi saat ini semakin memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Informasi sangat dibutuhkan untuk menambah wawasan, memperbarui pengetahuan sehingga menjadi suatu yang mudah untuk dimengerti dan bermanfaat untuk penerimanya. Dari definisi diatas dapat kita pahami bahwa istilah "informasi" memiliki arti yang berbeda-beda dengan kata "data". Data sendiri ialah fakta yang masih bersifat mentah atau dapat disimpulkan belum diolah, setelah mengalami proses akan menjadi suatu informasi yang bermanfaat.

Edukasi merupakan suatu proses pembelajaran yang dilakukan baik secara formal maupun non formal yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu pengetahuan, serta mengembangkan potensi diri yang ada dalam diri setiap manusia, kemudian mewujudkan proses pembelajaran tersebut dengan lebih baik. Edukasi memiliki tujuan untuk suatu proses mengubah sikap dan perilaku individu maupun kelompok dalam usaha mendewasakan diri yang dilakukan dengan mengikuti pelatihan, pengajaran, proses, dan cara mendidik untuk mengembangkan diri yang lebih baik. Penggunaan kata edukasi sering kita kenal dengan sebutan pendidikan.

Computer Mediated Communication atau disingkat (CMC) bahasa Indonesia bisa diterjemahkan menjadi komunikasi yang berwanakan komputer. Dalam konteks komputer yang dimaksud tidak hanya perangkat Personal Computer (PC) atau Laptop, tetapi semua alat-alat yang berbasis komputer seperti PDA, Smartphone, Tablet dan sejenisnya, alat-alat tersebut disebut dengan media baru berkomunikasi. Computer Mediated Communication (CMC) dapat secara sederhana diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara orang dengan menggunakan media komputer dan penggunaan teknologi dalam CMC memfasilitasi pertukaran isi semantik melalui jaringan telekomunikasi, yang diproses lewat satu atau lebih komputer antar individu dan antar kelompok.

1. *Cyberspace*

Cyberspace berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung dalam perkembangannya, istilah cyberspace kemudian di pahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial. Seluruh aktivitas tersebut memang tidak membutuhkan kontak fisik secara langsung dan tampaknya dilakukan hanya melalui perangkat komputer.

2. Cybersociety

Masyarakat multimedia atau *Cybersociety*, adalah sebuah istilah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, dimana salah satunya yaitu internet, yang mana telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh internet.

3. Cyberculture

Dengan kata lain budaya cyber atau cyberculture adalah segala budaya yang telah muncul dari penggunaan jaringan computer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis. Cyberculture juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas online, game multiplayer online, jejaring sosial, texting, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi dan pembentukan jaringan. Budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik computer seperti internet, salah satu ciri Cyberculture adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam cyberculture berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media computer.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga memposisikan peneliti sebagai instrument inti. Dalam hal ini, banyak menghabiskan waktu ditempat penelitian untuk mengamati dan memahami masalah secara mendalam. Metode ini bersifat deksritif, sehingga data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata dan gambar dari pada bentuk dalam angka-angka yang lebih menekankan proses. Metode ini cenderung menganalisis data secara induktif. Peneliti mengumpulkan data atau bukti-bukti bukan untuk membuktikan hipotesis yang telah peneliti miliki sebelum melaksanakan penelitian. Melainkan untuk mengembangkan teori-teori berdasarkan hal-hal khusus yang berhasil ditemukan dan dikumpulkan dari lapangan. Selain itu, peneliti ini lebih menekan proses, sehingga lebih banyak mempertanyakan bagaimana mengapa dari pada apa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dikaitkan dalam hasil penelitian ini mengenai konten informasi dan edukasi namun juga sekaligus menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang menjadi landasan dasar pada penelitian ini. Didalam teori *Computer Mediated Communication* terdapat 3 kategori bagian yaitu *Cyberspace*, *Cybersociety*, dan *Cyberculture*, berikut adalah pembahasan dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan.

Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya informasi akan diproses terlebih dahulu agar penerima mudah memahami informasi yang diberikan dan Edukasi merupakan suatu proses pembelajaran yang dilakukan baik secara formal maupun non formal yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu pengetahuan, serta mengembangkan potensi diri yang ada dalam diri setiap manusia, kemudian mewujudkan proses pembelajaran tersebut dengan lebih baik.

@Roadsafety_policing sebagai media informasi Edukasi



Sumber: Instagram.com

Cyberspace itu sendiri merupakan sebuah hubungan interaksi sosial yang terjadi lewat dunia virtual atau maya. *Cyberspace* berkaitan erat dengan media berupa jaringan computer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung. Seluruh aktivitas dalam berkomunikasi maupun bersosialisasi dalam *cyberspace* itu sendiri memungkinkan kita untuk bicara kita tidak perlu melakukan kontak fisik, artinya kita perlu menggunakan *smartphone*, laptop, pc, tab serta perangkat yang didukung oleh media internet lalu menggunakan aplikasi yang sama dengan lawan bicara kita agar sama-sama terhubung.

Salah satu fitur yang merupakan keuntungan yang kita dapatkan di *instagram* adalah kita dapat mengomentari, memberikan *like*, dan membagikan unggahan dari akun *instagram* yang telah kita ikuti maupun tidak kita ikuti jika akun itu tidak di kunci oleh pemegang akun *instagram* tersebut.

Seperti akun @Roadsafety_policing yang mendapatkan komentar pada postingannya dari pengikutnya dalam setiap informasi yang disampaikan.

Interaksi dalam kolom komentar @Roadsafety_policing



Sumber: Instagram.com

Masyarakat multimedia atau *cybersociety* adalah sebuah istilah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, dimana salah satunya yaitu internet, yang mana telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh internet.

Kebutuhan informasi yang menjadi tinggi, membuat sumber informasi menjadi semakin banyak, banyak portal-portal berita yang bermunculan, mulai dari portal lokal maupun portal

secara nasional, portal berita tersebut menggunakan teknologi komunikasi yang di mediasi oleh jaringan internet.

Dengan banyaknya portal berita yang menggunakan media sosial, berdampak pula dengan masyarakat yang menjadi terbiasa jika ingin mencari sebuah informasi harus menggunakan media sosial karena dengan sangat mudah untuk didapatkan, dengan didukung oleh internet serta ditambah dengan aplikasi-aplikasi tertentu, masyarakat sudah bisa saling berbagi dan mendapatkan informasi yang sama.

Masyarakat yang lama-lama terbiasa menggunakan fasilitas yang disediakan oleh internet untuk mencari informasi di media sosial, @Roadsafety_policing juga hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dari masyarakat yang tinggi.

Channels Roadsafety_policing



Cyberculture pada akun *instagram* @Roadsafety_policing merupakan sebuah pengelompokan dari orang-orang yang memiliki sebuah kesukaan dan hobi yang sama terhadap informasi yang diberikan, *Cyberculture* juga merupakan sebuah perubahan budaya yang terjadi di masyarakat bahwa perubahan berupa pola komunikasi di internet juga merubah kebiasaan manusia yang awalnya membaca berita lewat Koran, kini berkat hadirnya internet dan jaringan teknologi komunikasi membuat masyarakat terbiasa ketika ingin membaca berita tidak lagi menggunakan koran namun lewat media digital seperti media sosial.

@Roadsafety_policing sendiri juga menjalankan sebagaimana dengan fungsi dari komunikasi massa, yaitu sebagai sumber informasi, sebagai pendidikan, sebagai hiburan, menciptakan rasa kebersamaan, fungsi intergrasi, empati, dan transmisi budaya (Vera.2016:17-22).

SIMPULAN

Berdasarkan dari permasalahan, tujuan penelitian hasil analisis, dan pembahasan bahwa akun *instagram* @Roadsafety_policing dapat disimpulkan menjadi media untuk memenuhi kebutuhan dalam informasi dan edukasi bagi para pengikutnya sebagai media untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sebuah media *Multi-platform* juga menjalankan fungsi-fungsi dari komunikasi massa yaitu sebagai media yang menyediakan informasi, edukasi, hiburan, pengawasan, menciptakan rasa kebersamaan dan fungsi empati yang terdapat 3 bagian yaitu *Cyberspace*, *Cybersociety*, dan *Cyberculture* yang menjadi acuan oleh peneliti, didalam akun *instagram*. @Roadsafety_policing juga terdapat interaksi oleh pengikutnya, pemenuhan dan kebutuhan akan sebuah informasi itu sangat tinggi dan sangat dibutuhkan oleh banyak orang dikarenakan pengguna internet khususnya media sosial *instagram* itu sangatlah banyak dan pesat, karena di era sekarangpun orang tak bisa genggang dari genggam *smartphone*, maka dari itu banyak pengguna internet memilih mempunyai akun *instagram*, karena informasi yang terdapat di *instagram* itu jauh lebih

menarik dan si pembaca pun juga rileks dalam melihat visual visual yang ringan. Selain itu juga kebutuhan akan sebuah informasi bisa dalam bentuk sebuah kelompok yang berdasarkan kesamaan di antara pengguna *instagram* tersebut yang sesuai dengan kebutuhan, kesukaan, hobi, dan minat dari para pengguna instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, burhan. (2013). *Metode Penelitian Sosial & ekonomi: Format-Format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Krisyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktik Riset Komunikasi (Disertai Contoh Riset Praktis Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)* . Jakarta: Jakarta Kencana.
- Moloeng, Lexy. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rully. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam & Aplikasi. Cet.1*. jakarta: Rineka Cipta.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sumber Jurnal :

Arnus, Sri. Hadijah. (2015). *Pola Baru Berkomunikasi. Computer Mediated Communication (CMC)*. Al-Munzir. Vol.8(2) . 275.

Arnus, Sri. Hadijah. (2018). "Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah" *Jurnal Dakwah*. Vol. 19.(2) 194-196.

Vera, Nawiroh. "Media sosial dan runtuhnya etika komunikasi: studi kasus akun Facebook Quraish Shihab dan Anies Sandy" *Prosiding seminar nasional komunikasi*, 2016, pp.200.

Sumber Online :

<https://.slideshare.net/> diakses pada tanggal 30 Juni 2021 14:45

<https://Instagram.com>

<https://databoks.katadata.co.id>