
**Peran Media Baru Dalam Membentuk Komunitas Virtual
(Studi pada Mahasiswa yang Bergabung Dalam Komunitas Acehvidgram di
Instagram)**

Rafiqah Hidayanti.S'Martunis Yahya

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

ABSTRAK

Judul dari penelitian ini adalah “Peran Media Baru Dalam Membentuk Komunitas Virtual (Studi Pada Mahasiswa yang Bergabung Dalam Komunitas Acehvidgram di Instagram)”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran akun *instagram* @acehvidgram terhadap pembentukan komunitas virtual dikalangan mahasiswa dan untuk melihat sejauh mana *instagram* sebagai sosial media memiliki kekuatan dalam membentuk komunitas virtual di dunia maya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Cyber Community*. Teori ini lebih menekankan kelompok sosial yang berkembang di dalam dunia maya. Teori *cyber community* dianggap penting karena merumuskan sejauh mana teknologi informasi seperti *social networking* berperan serta menciptakan konsep nasionalisme kekinian dengan pembentukan kelompok dalam dunia maya. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi anggota Komunitas Acehvidgram di Provinsi Aceh. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi. Teknik penarikan sampel yang digunakan ialah teknik purposif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2016 kepada 6 informan dengan kriteria informan yaitu tim *initiator* dari Komunitas Acehvidgram. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa keberadaan akun *instagram* @acehvidgram berperan serta terhadap terbentuknya komunitas virtual dikalangan mahasiswa. Hal ini sekaligus mengindikasikan bahwa *instagram* sebagai sosial media memiliki kekuatan yang efektif dalam membangun kebersamaan dalam komunitas virtual di dunia maya.

Kata Kunci: Media Baru, Media Sosial Instagram, Komunitas Virtual, *Cyber Community*, Komunitas Acehvidgram.

ABSTRACT

This research titled “The Role of New Media in Shaping the Virtual Community (Study on Students Who Joined in Acehvidgram Community on Instagram)”. This study aims to look at the role of @acehvidgram Instagram account of the formation of virtual communities among students and to see the extent of instagram as social media has the power to form virtual communities in cyberspace. The approach used in this study is a qualitative approach with descriptive method. In this study, researcher used the Cyber Community theory. This theory emphasizes social groups that developed in the virtual world. Theory cyber community is considered essential for formulating the extent of information technology such as social networking and creat a concept of nasionalism plays contemporary with the formation of the group in virtual world. Informants in this study were students who become members of the Acehvidgram Community in Aceh province. The data collection technique used in this study are semi – structured interview and documentation. The sampling technique us in purposive technique. This study was conducted in December 2016, to six informants which the informants criteria is the initiator of Acehvidgram Community group. The result of this study showed that the presence of @acehvidgram instagram account to participate to the creation of virtual community among students. This also indicates that social media has instagram as an effective force in building unity in virtual communities in cyberspace.

Keywords: New Media, Social Media, Instagram, Virtual Community, Cyber Community, Acehvidgram Community.

PENDAHULUAN

Peran Media Baru Dalam Membentuk Komunitas Virtual (Studi pada 48 Mahasiswa yang Bergabung Dalam Komunitas Acehvidgram di Instagram)
(Rafiq Hidayanti.S, Martunis Yahya)
Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 2. №. 2. Mei 2017: 47-66

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cyber community*). Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan (Kusumaningtyas, 2010: 5). Sosial media menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan yang besar dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang dilakukan saat ini lebih sering melalui internet, yaitu melalui *sosial media*.

Instagram dikembangkan oleh Kevyn Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, yaitu Burbn.Inc. Disamping fungsi utamanya sebagai penggah foto, Instagram sendiri dapat digunakan untuk menyunting foto-foto tersebut melalui berbagai macam efek yang dapat digunakan dan juga dapat mengunggah video berdurasi pendek. Dengan Instagram foto-foto dan video dapat dikolaborasikan untuk diposting dalam media sosial yang lain seperti Facebook, Twitter, Flickr dan Foursquare (Zaim dan Dadi, 2015: 223). Sosial media yang ada sekarang ini bukan hanya digunakan sebagai sarana mengekspresikan diri saja. Sosial media seperti *instagram* terus berkembang kegunaannya, diantaranya yaitu sebagai sarana untuk promosi, baik untuk promosi barang, jasa, bahkan untuk mempromosikan tempat wisata dan sebagai sarana pembentuk komunitas (online). Kemudahan mengunduh aplikasi di internet mempermudah penggunaannya untuk membentuk komunitas online berdasarkan kesamaan kepentingan dan ketertarikan. Menurut Sigit (dalam www.membacaruang.com), komunitas online adalah kumpulan orang (masyarakat) yang melakukan kegiatan dalam bentuk pertukaran informasi dan pengetahuan

dengan bantuan *Information and Communication Technology (ICT)*. Beberapa contoh komunitas online adalah komunitas alumni atau hobi. Komunitas ini menjadi contoh bahwa konektivitas tidak terbatas oleh pertemuan secara fisik, bisa juga melalui dunia maya.

Komunitas regional Acehvidgram sudah hadir sejak tahun 2015 lalu. Komunitas Acehvidgram merupakan komunitas yang bergerak dibidang penyaluran hobi dan minat dalam dunia videografi. Komunitas Acehvidgram lahir karena meluasnya keinginan untuk berkeaktivitas dan berkarya oleh anak-anak muda Aceh. Melalui komunitas ini, anggota Acehvidgram mencoba untuk bergerak dan mengajak seluruh anak-anak muda khususnya Aceh untuk terus berkarya melakukan hal yang positif demi membangun nama Aceh yang lebih baik. Gerakan ini dilakukan dengan mengumpulkan anak-anak muda Aceh yang mempunyai visi dan misi yang sama dalam menggagas suatu perubahan untuk hal yang lebih baik.

Setelah melihat keadaan lingkungan masyarakat yang ada, terutama dikalangan anak-anak muda nya yang dewasa ini banyak menggunakan media sosial hanya sebagai media hiburan saja, maka komunitas Acehvidgram memilih untuk berorientasi sebagai media untuk menyalurkan segala bentuk karya dan kreativitas anak muda dalam bentuk video. Dalam hal ini komunitas Acehvidgram pun bergerak dibidang penyaluran bakat dan hobi anggotanya.

Keberadaan komunitas Acehvidgram ini pun sudah diketahui oleh berbagai lapisan masyarakat, baik dikalangan anak muda atau pun orang tua. Hal ini terbukti dengan diundangnya salah satu anggota komunitas Acehvidgram oleh sebuah instansi pemerintahan untuk mengajari ilmu videografi kepada siswa-siswa SMA di daerah tersebut. Selain itu keberadaan komunitas ini juga pernah diliput di surat kabar Serambi Indonesia dan beberapa media online. Hal ini turut membuktikan eksistensi komunitas ini dikalangan masyarakat.

Keberadaan komunitas Acehvidgram ini turut memberikan dampak positif kepada setiap anggotanya, diantaranya mereka bisa lebih dikenal oleh masyarakat,

serta yang paling penting yaitu bertambahnya ilmu tentang videografi. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa anggota komunitas ini yang memenangkan berbagai perlombaan videografi yang diadakan oleh berbagai pihak, bahkan diantara mereka ada yang pernah mendapatkan juara pertama dengan mendapatkan total hadiah puluhan juta rupiah serta diundang ke salah satu stasiun televisi yang ada di kota Banda Aceh.

Menurut hasil wawancara awal dengan Zulhadi selaku salah satu pendiri komunitas Acehvidgram, menyatakan bahwa Acehvidgram merupakan komunitas yang terbentuk dari aplikasi berbagi foto dan video di *Instagram*. Acehvidgram merupakan komunitas video *Instagram* terbesar di Aceh. Melalui akun *instagram* @acehvidgram, komunitas Acehvidgram memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk menyampaikan seluruh kegiatan sosial yang berisikan postingan-postingan yang berupa foto-foto atau video ataupun kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan dan akan dilaksanakan oleh komunitas tersebut. Anggota komunitas ini pun, terdiri dari pelajar hingga mahasiswa. Selain membagikan foto-foto dan video, komunitas ini juga sering aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat kota Banda Aceh, seperti *Soundsations* dan Festival Kopi. Hingga saat ini, ada lebih dari 1100 postingan foto atau video yang sudah diunggah di akun *instagram* @acehvidgram, serta diikuti lebih dari 60 ribu followers (www.instagram.com/acehvidgram/).

Keberadaan komunitas Acehvidgram menarik untuk dikaji oleh peneliti karena komunitas ini tidak hanya menarik perhatian melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan, namun juga karena memanfaatkan sosial media *instagram* sebagai sarana menyampaikan aspirasi serta kreativitas anak muda Aceh sehingga terbentuk suatu komunitas virtual.

Sesuai dengan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti membatasi rancangan penelitian hanya pada “Instagram Komunitas Acehvidgram”. Fokus penelitian ini menitik beratkan pada peran media baru dalam membentuk komunitas virtual di media sosial *Instagram*.

RUMUSAN MASALAH

Adapun pertanyaan yang menjadi rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah peran akun instagram @acehvidgram terhadap pembentukan komunitas virtual dikalangan mahasiswa ?
2. Bagaimana efektivitas instagram sebagai sosial media memiliki kekuatan dalam membangun kebersamaan dalam sebuah komunitas virtual ?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Littlejohn (dalam Morissan, 2009: 1) teori adalah gagasan atau ide dimana sesuatu dapat terjadi, memandu orang memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan.

Teori Cyber Community

Burhan Bungin (2009: 296), teori komunikasi dunia maya atau yang sering dikenal teori *cyber community* merupakan teori paling akhir dalam pengembangan ilmu komunikasi atau sosiologi komunikasi. Kajian tentang perkembangan teknologi telematika menjadi sangat urgen terutama yang berhubungan dengan perkembangan media baru (*new media*). Teori ini lebih menekankan kelompok sosial yang berkembang di dalam dunia maya. Bagaimana terciptanya kelompok-kelompok, bagaimana komunikasi kelompok dan bagaimana sebuah kelompok di dunia maya mekontruksi pesan penggunaannya.

Teori *cyber community* dianggap penting karena merumuskan sejauh mana teknologi informasi seperti *social networking* berperan serta menciptakan konsep nasionalisme kekinian dengan pembentukan kelompok dalam dunia maya. Dalam kelompok dunia maya, banyak faktor yang membuat seseorang menikmati dinamika kelompok, antara lain unsur ketidaksengajaan individu serta proses pencarian kelompok. Di dalam dunia maya, kelompok tidak mencari individu,

namun lebih kepada individu yang mencari kelompok. Terciptanya grup diruang maya lebih menekankan minat individu untuk bergabung dengan kelompok yang sudah ada atau sebaliknya individu dapat menciptakan kelompok sesuai dengan keinginan dan minatnya.

Cyber community terbentuk dari sebuah kumpulan anggota dalam jaringan internet yang terjalin atas motif tertentu seperti hobi, cara pandang, kebutuhan, kesamaan latar belakang (pendidikan, budaya, agama, profesi dan sebagainya). Pembentukan komunitas maya itu pun terjadi pada pembentukan komunitas nyata. Dimana masyarakat nyata membentuk organisasi dilatarbelakangi hal-hal yang memiliki kesamaan (Rangga, 2015: 3).

Media Baru

New media atau media baru disebut juga media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optik *broadband*, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Flew 2008 dalam Putri 2012: 16).

Tiga elemen dasar yang ada pada *new media*, antara lain :

1. Piranti atau medium yang memudahkan, mengefektifkan mengefisiensikan, dan memperluas komunikasi antar penggunaanya.
2. Membentuk aktivitas komunikasi yang melibatkan penggunaan medium atau piranti (*new media*) dalam prosesnya.
3. Membentuk sebuah jaringan komunikasi (organisasi) yang melibatkan penggunaan medium atau piranti (*new media*) dalam prosesnya.

Sementara menurut McQuail (1987 dalam Putri 2012: 18) media baru memiliki ciri-ciri utama yang membedakannya dengan “media lama”, yaitu :

1. Desentralisasi, pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi.
2. Kemampuan tinggi, pengantaran melalui kabel dan satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya.
3. Komunikasi timbal balik (*inter-activity*), penerima dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung.
4. Kelenturan (fleksibilitas) bentuk, isi dan penggunaan.

Secara umum, media baru tidak saja telah menjembatani perbedaan antara batasan kegiatan komunikasi pribadi dengan batasan kegiatan komunikasi publik. Bahan dan kegunaan media semacam itu dapat dipakai secara bergantian untuk kepentingan pribadi dan publik.

Media Sosial

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti *Twitter, Facebook, Blog, Forsquare*, dan lainnya (Puntoadi, 2011: 1).

Menurut Frommer (dalam Salamoon, 2013: 9), Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik Instagram sendiri. Berdasarkan pendapat Bambang (dalam Rangga, 2015: 3) dalam bukunya *Instagram handbook* menyatakan indikator dalam media sosial Instagram yaitu *Hastag, Geotag, Follow, Share, Like, Komentar, dan Mention*.

Komunitas Virtual

Virtual Communities atau komunitas maya adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Komunikasi virtual atau *virtual communication* adalah komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan (melalui) *cyberspace*/ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual tidak bisa lepas dari media internet yang digunakannya sebagai alat komunikasi.

Jadi, komunitas virtual itu sendiri adalah sekelompok orang yang media utama hubungannya adalah internet dan tidak mengandalkan pertemuan langsung secara fisik. Cakupannya sebenarnya sama seperti komunitas biasa. Semua orang bebas membuat komunitas online, seperti untuk keperluan pekerjaan, pendidikan, sosial, dan tujuan lainnya (Jasmadi, 2008: 17).

Adapun ciri-ciri komunitas virtual menurut Reingold sama halnya seperti komunitas di dunia nyata, *virtual community* adalah sebuah komunitas yang dibangun atas dasar adanya :

1. Kesamaan hobi atau *interest*.
2. Adanya interaksi yang teratur.
3. Adanya identifikasi atau identitas.
4. Fokus yang khusus terhadap satu hal.
5. Integrasi atau kesamaan antara isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung.
6. Keterbukaan akses untuk informasi dan orientasi komersial.

Komunitas virtual pun memiliki beberapa tipe, yaitu: *general* (umum), *practice* (peneliti), *interest* (minat), *affinity* (kesamaan kategori), *sponsored* (sponsor).

Komunitas Acehvidgram

Acehvidgram merupakan komunitas video Instagram terbesar di Aceh yang terbentuk pada tanggal 14 April 2015. Komunitas ini didirikan oleh anak

muda kreatif aceh yaitu Zuhadi dan kawan-kawan. Tujuan pertama pembentukan komunitas ini yaitu untuk menjadi wadah yang menampung kreativitas anak Aceh. Saat ini komunitas Acehvidgram memiliki member yang berjumlah 40 orang yang tersebar di seluruh Aceh dan sudah memasuki peringkat 5 besar dengan jumlah followers terbanyak dari seluruh Indonesia. Komunitas Acehvidgram beranggotakan sebagian besar mahasiswa dan siswa, baik itu siswa SMP maupun SMA yang tentunya berasal dari seluruh Aceh. Kesamaan latar belakang ini mendorong anggota komunitas Acehvidgram untuk mengadakan pertemuan fisik atau dikenal dengan kopi darat. Setelah itu komunitas ini berkembang, baik didunia nyata maupun dunia virtual. Berbagai kegiatan kopdar yang dilakukan seperti membuat video bersama, baik itu berupa video hiburan, edukasi atau video-video lainnya dan juga mengikuti berbagai macam kegiatan yang di adakan di Kota Banda Aceh, seperti *Soundsations* dan Festival Kopi.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian bertujuan untuk memperjelas masalah yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh pada Komunitas Acehvidgram. Saat ini, Acehvidgram belum memiliki sekretariat tetap, para anggota komunitas Acehvidgram biasanya bertemu atau berkumpul di warung kopi yang berada di seputaran Kota Banda Aceh.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya (Herdiansyah, 2010: 9). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Neuman (dalam Putri, 2012: 27), penelitian deskriptif memperlihatkan gambaran tentang detail spesifik tentang suatu situasi, setting sosial, dan hubungan. Metode deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau

peristiwa. Penelitian dengan metode ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2007: 24).

Informan, adalah orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subjek penelitian tersebut, yaitu seseorang yang dapat membantu peneliti dengan cepat mendapatkan informasi. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011:68). Kriteria informan dalam penelitian ini ialah mahasiswa yang merupakan *initiator* dalam pembentukan komunitas Acehvidgram Provinsi Aceh.

Arikunto (2006: 129) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan sumber data adalah “subjek darimana data diperoleh”. Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2007: 157). Data primer adalah data yang hanya dapat kita peroleh dari sumber asli atau pertama (Putri, 2012: 30). Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari informan yang bersangkutan dengan melakukan wawancara. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkan. Data sekunder digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian (Putri, 2012: 31). Data sekunder dari penelitian ini, diperoleh dari kepustakaan dan sumber-sumber tertulis lainnya.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan studi dokumentasi. Wawancara atau interview merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Pawito, 2007: 132). Wawancara yang dipilih dalam penelitian ini yaitu wawancara semiterstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai

pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2013:73). Dalam penelitian ini dokumentasi yang dimaksud berupa foto-foto kegiatan *offline* yang dilakukan oleh komunitas Acehvidgram.

Menurut Bogdan, menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dapat dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang akan diceritakan kepada orang lain (Kriyantono, 2008: 165). Proses-proses analisis data dapat dijelaskan ke dalam tiga langkah, yaitu: pertama Reduksi Data (*data reduction*), yaitu Yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh dilapangan. Kedua Penyajian Data (*data display*), yaitu Yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Ketiga Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*conclusion drawing and verification*) (Agus, 2006: 22).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di era digital ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Kemunculan media komunikasi dan informasi dengan menggunakan jaringan internet dapat menghasilkan berbagai macam kreativitas. Perkembangan itu pula yang dimanfaatkan oleh pemuda-pemuda Aceh yang mencintai dunia videografi. Salah satunya yaitu dengan hadirnya Komunitas Acehvidgram. Ini adalah akronim dari komunitas Aceh Video Instagram. Sesuai dengan namanya komunitas ini memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media berekspresi dan berkreasi.

Instagram merupakan media sosial yang mempunyai kapasitas membagikan foto-foto dan video yang berdurasi maksimal 15 detik. Namun, seiring perkembangannya, saat ini *Instagram* sudah bisa membagikan video sampai

berdurasi maksimal 60 detik atau 1 menit. Setiap pemilik akun bebas memposting foto atau video apa saja kepada pengguna *instagram* lainnya.

Komunitas Acehvidgram merupakan komunitas lokal untuk provinsi Aceh dari Indovidgram yang dibentuk oleh anak-anak muda Indonesia yang basis nya di Jakarta. Komunitas regional Acehvidgram sudah hadir sejak tahun 2015 lalu. Acehvidgram merupakan sebuah komunitas anak muda yang berkreasi dalam karya berupa bentuk video komedi bercerita singkat yang viral di Instagram. Komunitas regional Acehvidgram sudah hadir sejak tahun 2015 lalu. Komunitas ini digagas oleh 6 orang pemuda Aceh yaitu Zulhadi (@hadi_ramnit), Irfan (@realfahd), Ajan Maulana (@ajanmaulana), Teuku Naufal (@tekunoval), Awin (@awien_syuib), dan Hafidhlillah (@hafidhalillah). Awalnya, diakhir tahun 2014, di Aceh ada tiga akun vidgram, diantaranya @nadvidgram, @acehvidgram, dan @abdyavidgram. Dikarenakan Indovidgram hanya akan memverifikasi satu akun regional setiap daerah. Maka, 6 pemuda tersebut berinisiatif untuk menyatukan ketiga akun tersebut menjadi satu, yakni acehvidgram yang diresmikan 17 April 2015.

Seiring perkembangannya keberadaan akun Acehvidgram pun mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat, terutama anak-anak muda Aceh. Bahkan banyak diantara mereka yang menginginkan bergabung menjadi anggota komunitas. Berdasarkan hal tersebut, maka ke-enam anak muda yang merupakan *initiator* dari komunitas Acehvidgram pun sepakat untuk mengadakan *open recruitment* untuk mencari anggota-anggota baru yang memiliki ketertarikan dibidang videografi. Pada saat pertama kali diadakannya *meet-up* dan *open recruitment*, antusiasme dari anak-anak muda Aceh lainnya pun sangat besar dirasakan, terbukti dengan banyaknya jumlah anak muda yang menghadiri acara tersebut serta ikut mendaftar untuk bergabung dengan komunitas Acehvidgram. Setelah bergabung dengan komunitas Acehvidgram, diharapkan kepada anggotanya untuk setidaknya membuat minimal satu video setiap bulannya. Video yang dibuat bisa berupa video apa saja, baik itu video musik, *travel*, komedi dan

lain sebagainya yang masuk kategori video di Acehvidgram. Video jenis komedi merupakan video yang paling banyak dibuat, karena banyak diantara anggota komunitas Acehvidgram yang memang hobi dan suka membuat video komedi. Namun, seiring perkembangannya muncul beberapa kategori video lain, yaitu *sport, art, beauty, story, animal, community, kids* dan *food and traveling*.

Selain sebagai media atau sarana yang menampung kreativitas anak-anak muda Aceh, Acehvidgram juga bergerak dibidang sosial. Terdapat beberapa kegiatan sosial yang dilakukan serta diikuti oleh komunitas ini, seperti menggelar kegiatan sahur *on the road* Ramadhan lalu. Komunitas ini juga aktif dalam menjaga lingkungan seperti kegiatan membersihkan pantai Lampuuk pada Ramadhan 2015 lalu dengan tema kegiatan satu hari satu kebaikan. Selain itu, Acehvidgram juga sudah beberapa kali ikut berpartisipasi dalam acara-acara yang ada di Aceh, seperti acara Unsyiah Fair, Ar-Raniry Fair, Soundsation dan Festival Kopi, Piasan Seni dan terakhir ada acara Aceh Go Global Digital yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) di hotel Grand Naggroe.

Teori *cyber community* mengatakan bahwa komunitas maya terbentuk dari sebuah kumpulan anggota dalam jaringan internet yang terjalin atas motif tertentu seperti hobi, cara pandang, kebutuhan, kesamaan latar belakang (pendidikan, budaya, agama, profesi dan sebagainya). Keberadaan anggota komunitas Acehvidgram pun didasari pada hobi dan minat dibidang videografi.

Hingga saat ini Acehvidgram sudah menjadi sebuah fenomena baru yang sedang *booming* dikalangan masyarakat Aceh, terutama dikalangan anak-anak muda nya. Seiring perkembangannya Acehvidgram mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat, karena sudah menjadi sebuah terobosan baru untuk anak-anak muda Aceh yang ingin berkarya dan berkeaktivitas dalam hal-hal yang positif. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Acehvidgram bertujuan agar masyarakat pengguna Instagram diluar sana terutama anak-anak muda Aceh bisa mengenal dan tahu dengan baik apa itu komunitas Acehvidgram, bagaimana

kegiatan-kegiatannya serta tujuan dari terbentuknya komunitas tersebut melalui unggahan-unggahan video di instagram. Melalui video-video yang diunggah, komunitas Acehvidgram mencoba menggali semangat-semangat pemuda-pemudi Aceh untuk ikut serta berkarya dan berkeaktivitas dengan hal-hal yang positif.

Penggunaan *instagram* dalam komunitas Acehvidgram yaitu sebagai sarana atau media untuk menampung segala bentuk karya dan kreativitas anak-anak muda Aceh yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan peduli norma dan hiburan dalam bentuk sebuah video. Selain itu, penggunaan *instagram* oleh komunitas ini juga bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai kehidupan sosial yang ada dalam masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan-kegiatan serta aksi sosial. Kegiatan-kegiatan serta aksi sosial tersebut ditunjukkan sebagai bentuk solidaritas serta kepedulian terhadap sesama. Penyebaran informasi akan kegiatan-kegiatan dan aksi sosial oleh anggota komunitas Acehvidgram melalui instagram sekaligus dapat ikut mempromosikan komunitas Acehvidgram kepada pengguna lainnya dan masyarakat luas.

Instagram digunakan sebagai media alternatif oleh anggota komunitas yang dapat mengirim pesan langsung berupa foto, video dan teks kepada pengguna lainnya tanpa harus bertatap muka. Komunitas Acehvidgram memanfaatkan kepopuleran instagram sebagai tempat untuk mengunggah video dan foto untuk mempublikasikan setiap karya dan kreativitas anak-anak muda Aceh kepada pengguna lainnya serta turut memberikan informasi tentang berbagai kegiatan serta aksi sosial yang akan dan sudah mereka laksanakan. Penggunaan instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi saja, tetapi juga sebagai media untuk menarik perhatian dan minat pengguna lainnya khususnya anak-anak muda Aceh untuk bergabung dengan Acehvidgram melalui video-video yang diunggah secara online di instagram. Video-video yang diunggah dideskripsikan melalui keterangan-keterangan yang berhubungan dengan tema video tersebut ditambahkan dengan kalimat-kalimat ajakan untuk ikut bergabung bersama dengan komunitas Acehvidgram.

Instagram juga digunakan sebagai media untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya. Interaksi yang terjalin antar sesama pengguna bisa dilihat dengan cara saling mengikuti akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut di instagram. Dengan demikian interaksi terjalin dengan memberikan tanda suka, mengomentari foto-foto yang telah diunggah serta dengan cara mengirim pesan (*direct message*) kepada akun pengguna lainnya. Dalam penelitian ini interaksi sosial yang terjadi seperti bertambahnya jumlah *follower*, bertambahnya *like* disetiap video dan foto yang diunggah, serta banyaknya pengguna lainnya yang bertanya bagaimana caranya untuk bergabung dengan komunitas Acehvidgram. Penambahan *hashtag* disetiap keterangan video dan foto yang diunggah pun semakin memudahkan pengguna lainnya untuk mencari video dan foto yang diinginkan. Proses komunikasi yang demikian akan memberikan hubungan timbal balik antar pengguna dan memungkinkan adanya hubungan lanjutan dengan menjadi bagian dari anggota komunitas Acehvidgram.

Selain itu penggunaan media sosial instagram oleh komunitas Acehvidgram juga bertujuan sebagai media hiburan. Anggota komunitas Acehvidgram juga sering meng-unggah video-video yang bertemakan humor dengan tujuan untuk menghibur pengguna lainnya. Penggunaan instagram sebagai media hiburan diharapkan bisa menghibur sekaligus dapat menjadi daya tarik bagi pengguna lainnya sehingga menumbuhkan keinginan untuk bergabung bersama komunitas Acehvidgram.

Dengan berbagai fungsi dari penggunaan media sosial instagram tersebut peneliti menemukan bahwa instagram selain sebagai media sosial untuk berbagi foto dan video, tetapi juga merupakan media sosial yang efektif untuk membangun kebersamaan dalam sebuah komunitas virtual di dunia maya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti maka didapatkan kesimpulan bahwa: pertama, proses pembentukan

komunitas virtual pada komunitas Acehvidgram dilatarbelakangi oleh minat serta hobi anggotanya dalam dunia videografi. Selain itu komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk mengajak seluruh anak-anak muda, khususnya Aceh untuk dapat berkarya serta berkeaktivitas bersama dalam hal yang positif. Acehvidgram ini merupakan sebuah komunitas anak muda yang berkreasi dalam karya berupa bentuk video komedi bercerita singkat yang viral di *instagram*. Melalui video-video yang diunggah, komunitas Acehvidgram mencoba menggali semangat-semangat pemuda-pemudi Aceh untuk ikut serta berkarya dan berkeaktivitas dengan hal-hal yang positif.

Kedua, komunitas Acehvidgram memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media berekspresi dan berkreasi. Pemanfaatan media sosial *instagram* dianggap sangat efektif karena *instagram* adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka (Budiargo, 2015: 48). *Instagram* digunakan karena menjadi media sosial yang paling populer saat ini dan yang paling sering dan banyak digunakan khalayak ramai khususnya anak-anak muda. *Instagram* pun menjadi media promosi dan informasi yang efektif dalam menarik perhatian masyarakat.

SARAN

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk admin komunitas Acehvidgram agar mengaktifkan akun media sosial lainnya juga seperti *facebook*, yang dirasakan kurang aktif dan *update* dibanding media sosial lainnya seperti *instagram* dan *twitter*, agar pengguna media sosial lainnya juga mengetahui setiap informasi yang diberikan oleh komunitas Acehvidgram.

2. Disarankan kepada anggota komunitas Acehvidgram untuk membuat lebih banyak lagi video-video yang bersifat edukasi sehingga selain sebagai media hiburan, Acehvidgram juga bisa menjadi media pembelajaran untuk pengikutnya.
3. Disarankan kepada anggota komunitas Acehvidgram untuk membuat lebih banyak video tutorial dalam membuat video yang bagus dan kreatif sehingga pengguna lain yang melihat video tersebut bisa mempelajarinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Acehvidgram (<https://www.instagram.com/acehvidgram/>) diakses: 22 November 2016.
- Agus, Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. 13. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Herdiansyah, H. 2010. *Metode penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jasmadi. 2008. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kusumaningtyas, Ratih Dwi 2010. Peran Media Sosial Online (facebook) sebagai saluran self disclosure remaja putri di Surabaya (studi deskriptif kualitatif mengenai peran media sosial online (facebook) sebagai saluran self disclosure remaja putri di Surabaya). *Skripsi*. FISIP Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morissan, Corry Andhy Wardhani. 2009. *Teori Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.

Putri, Dibyareswari Utami. 2012. Peran Media Baru Dalam Membentuk Gerakan Sosial (studi kasus pada individu yang terlibat dalam IndonesiaUnite di Twitter). *Skripsi*. FISIP Universitas Indonesia.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Rangga Aditya, 2015. Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Riau.

Salamoon, Daniel Kurniawan. 2013. Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya. *Tesis*. Universitas Airlangga.

Sigit Kusumawijaya. 2014. *Komunitas Online di Era Media Sosial dan Perannya dalam Menciptakan Ruang Publik*. (<http://membacaruang.com/komunitas-online-di-era-media-sosial-dan-perannya-dalam-menciptakan-ruang-publik/>). Diakses: 7 Desember 2015.

Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta

_____. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Zaim Qashmal & Dadi Ahmadi. 2015. Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri. *Jurnal Hubungan Masyarakat*. Prosiding Penelitian SpeSIA 2015. hal: 223. Universitas Islam Bandung.