

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR KARYAWAN BANK BTPN BUMIAYU

Dewi Astuti, Bekti Istiyanto

Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman

Email : dewiastuti2612@yahoo.com, bektiis@gmail.com

Abstract

Instagram is a social media that is already familiar to the public. Information is quickly and easily accepted by all Instagram users. No wonder Instagram became one of the social media that is very much loved by all people. Instagram is very effective and efficient in finding information and news that is happening in the community. But behind the effectiveness and efficiency, there are positive values and negative values that arise in it, because Instagram has a certain impact that can occur in the community according to one's own perspective. Instagram social media plays a very strong role in social changes, both changes in behavior, mindset and lifestyle. This study uses a qualitative descriptive method to determine the role of Instagram social media among employees of Bank BTPN Bumiayu, with data analysis techniques using observation and interviews. The results show that Instagram is a favorite media for employees of Bank BTPN Bumiayu. Many advantages, uniqueness and satisfaction they get through their Instagram account. There are also many positive and negative sides that influence social interaction between employees. However, employees are able to be wise in understanding and using Instagram social media accounts.

Keywords: *Social Media, Social Interaction, Bank BTPN*

A. PENDAHULUAN

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan masyarakat dalam melakukan komunikasi antar pribadi maupun kelompok. Instagram bersifat efektif, efisien, praktis, informatif dan dapat diakses oleh semua golongan di dalam masyarakat. Berbagai macam media sosial yang ada di era teknologi saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati oleh semua masyarakat. Instagram menyajikan semua kebutuhan informasi yang diperlukan oleh masyarakat, tentang politik, sosial budaya serta berita-berita terkini yang terjadi di sekitar kita. Semua itu dapat diakses di *hand phone* pribadi masing-masing dimanapun dan kapanpun berada.

Instagram yang sudah akrab didengar oleh semua masyarakat memiliki pengaruh dan peranan yang sangat kuat di dalamnya. Baik dampak positif maupun dampak negatif, semua tergantung pada kebijakan para pengguna media sosial. Banyak dari mereka yang hanya ingin mengikut perkembangan jaman saja tanpa mengambil manfaat dari media yang tersedia. Ada pula yang beranggapan bahwa instagram hanya sebagai ajang media hiburan, penghilang kejenuhan serta informasi *hoax*. Namun bagi yang memanfaatkan media instagram ini dengan baik misalkan pihak pemerintah yang berkepentingan seperti Humas. Dalam waktu yang singkat mereka dapat membagikan informasi-informasi seputar pemerintah kepada masyarakat. Ada pula manfaat untuk para pedagang *online shop*, mereka akan sangat terbantu dalam mengembangkan usahanya. Semua memiliki persepsi masing-masing dalam menyikapi dan menggunakan media sosial yang semakin berkembang di jaman disruptif ini. Semakin bijak dalam menggunakan media sosial maka akan merasakan manfaat yang lebih baik dalam menghadapi perkembangan zaman yang ada saat ini.

Peran media sosial instagram juga muncul serta dapat diamati dilingkungan pekerjaan karyawan Bank BTPN Bumiayu. Karyawan dengan jam operasional 9 jam kerja dalam sehari tentunya di sibukkan dengan pekerjaan yang begitu padat dan tekanan target dari perusahaan. Instagram dipilih sebagai media sosial sebagai wahana baru dalam menghadapi jenuhnya pekerjaan. Instagram memiliki varian informasi yang dikemas secara menarik sehingga para karyawan dapat terhibur dengan *content* yang tersedia. Adapula karyawan yang memanfaatkan media tersebut sebagai usaha sampingan (*online shop*) di luar pekerjaan tetapnya sebagai pegawai bank.

Berkembangnya teknologi media sosial membuat inovasi baru didalam lingkungan pekerjaan. Perubahan tingkah laku, pola pikir serta gaya hidup juga dapat diamati di

lingkungan karyawan Bank BTPN Bumiayu. Sehingga, penelitian ini dilatarbelakangi dengan rumusan “Bagaimana peranan media sosial instagram dalam mempengaruhi interaksi sosial antar karyawan Bank BTPN?”

B. TINJAUAN TEORITIS

Peran Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi dapat lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan dan klien. Media sosial seperti *instagram*, *blog*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memang mempermudah para penggunanya untuk berbagi dan menciptakan pesan melalui jejaring social, media *online*, forum dunia maya dan *virtual Worlds*. Sehingga dalam penggunaannya seringkali tidak menghiraukan peraturan yang berlaku dan dipakai untuk hal yang kurang bermanfaat (*Mayfield dalam Eko Harry, 2018. P, 52-53*). Media sosial dianggap sebagai bagian hidup yang tidak dapat dipisahkan, selain pusat informasi media sosial juga dianggap sebagai ajang hiburan buat penggunanya. Media sosial tidak membosankan, kreatif dan unik. Menjadikan kecanduan bagi penggunanya. “Media social hanya cocok untuk hiburan daripada pekerjaan yang professional” (*Andrew dalam Susanto, 2017*).

Interaksi Sosial

Menurut *Walgito 2003 dalam jurnal Virgia Ningrum Fatnar, Choirul Anam, 2014*, interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat adanya hubungan yang saling timbal balik. Interaksi sosial dapat pula meningkatkan intensitas atau kuantitas dan kualitas dari tingkah laku sosial seseorang sehingga seseorang tersebut akan semakin matang dalam bertingkah laku sosial antar individu lain di dalam situasi sosial (Santoso, 2010).

Interaksi sosial merupakan hal yang selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari karena sebagai makhluk sosial manusia akan selalu melakukan komunikasi satu sama lain. Mereka saling membutuhkan, saling mempengaruhi dan saling berinteraksi. Interaksi sosial dimulai dari tingkat kesederhanaan dan terbatas sampai tingkat yang lebih luas dan kompleks dan tidak memiliki batasan usia dan ruang waktu. Sementara itu Gerungan “Kelangsungan interaksi sosial ini, ditandai dengan adanya aspek-aspek dari interaksi sosial seperti:

1. Keterbukaan individu dalam kelompok, yaitu keterbukaan individu mengenai identitas dirinya sehingga diharapkan dapat diterima di dalam kelompoknya
2. Kerja sama individu dalam kelompok, yaitu keterlibatan individu dalam memberikan ide-ide baru, saling bertukar opini, saling berinteraksi sehingga tercipta hubungan yang baik antar individu dalam satu kelompok
3. Frekuensi hubungan individu dalam kelompok yaitu intensitas dalam berkomunikasi dan saling memberikan perhatian antar individu dalam satu kelompok akan menciptakan hubungan yang lebih erat dan akrab.

Selain aspek di atas, perlu dipahami pula bahwa interaksi terdiri dari beraneka macam, di antaranya:

1. Kerjasama (cooperation) Kerjasama yang dimaksud sebagai pekerjaan yang dilakukan secara bersama, saling berpartisipasi dan aktif guna untuk mencapai tujuan yang sama.
2. Persaingan (competition) Persaingan antar individu yang biasanya dilatar belakangi keuntungan bagi individu itu sendiri tanpa mempertimbangkan akibat yang akan muncul setelahnya. Namun tidak semua persaingan memiliki nilai negatif, karena dengan adanya persaingan akan membuat individu untuk melakukan hal yang lebih baik dan lebih berhati-hati, bersaing dalam kategori positif.
3. Pertentangan (conflict) Pertentangan yang terjadi karena adanya perbedaan suku, budaya, ras dan bahasa kadang muncul didalam interaksi sosial masyarakat, karena setiap orang memiliki keyakinan yang berbeda dan selalu meyakini bahwa kepercayaan yang dimilikinya paling baik dan benar.

Teori Difusi Inovasi

Everest M. Rogers dalam (Elvinaro dkk, 2009:64) menyatakan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu system sosial. Difusi yaitu jenis komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Didalam pesan itu terdapat keterkemasaan *newness* yang memberikan ciri khusus kepada difusi yang menyangkut ketakpastian (*uncertainty*) derajat ketidakpastian seseorang akan dapat dikurangi dengan jalan memperoleh informasi.

Di dalam lingkungan sosial penyebar luasan inovasi berkembang secara pesat dalam waktu yang tidak dapat ditentukan. Difusi inovasi dianggap sebagai unsur yang mendukung

adanya perubahan pola hidup di dalam masyarakat. Bahkan keduanya merupakan faktor yang saling memengaruhi, sebab akibat. Penyebarluasan inovasi menyebabkan masyarakat menjadi berubah, dan perubahan sosial pun merangsang orang untuk menemukan dan menyebarluaskan hal-hal baru.

Inovasi memberikan warna yang beragam ditengah ramainya perkembangan teknologi yang semakin maju. Banyaknya sosial media di dalam masyarakat sehingga memudahkan kita dalam melakukan komunikasi, karena komunikasi merupakan faktor utama penghubung suatu kehidupan. Hadirnya media menjadi inovasi baru dalam melakukan komunikasi. Efektif serta efisien dalam penggunaannya. Melalui saluran-saluran komunikasi terjadi pengenalan, pemahaman, penilaian yang kelak akan menghasilkan penerimaan ataupun penolakan terhadap suatu inovasi.

Rogers dan Shoemaker 1971 dalam (Nasution, 2004:124) Dalam proses penyebarluasan inovasi terdapat unsur-unsur utama yang terdiri dari:

1. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.
2. Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.

3. Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Suatu inovasi biasanya terdiri dari dua komponen, yakni komponen ide dan komponen objek (aspek material atau produk fisik dari ide tadi). Setiap inovasi memiliki komponen ide, namun banyak juga yang tidak memiliki rujukan fisik. Penerimaan terhadap suatu inovasi yang memiliki kedua komponen tersebut memerlukan adopsi yang berupa tindakan. Sedang untuk inovasi yang hanya mempunyai komponen ide penerimaannya pada hakikatnya lebih merupakan suatu putusan simbolik. Ada lima ciri-ciri inovasi yang dirasakan oleh para anggota suatu sistem sosial menentukan tingkat adopsi (Elvinaro dkk, 2009:65):

1. *Relative Advantage* (keuntungan relatif) yaitu suatu derajat dimana inovasi dirasakan lebih baik daripada ide lain yang mengantikannya. Derajat keuntungan relatif tersebut dapat diukur secara ekonomis, tetapi faktor prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan juga merupakan unsur penting.
2. *Compatibility* (kesesuaian) adalah suatu derajat dimana inovasi dirasakan ajeg atau konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi.

3. *Complexity* (kerumitan) adalah mutu derajat dimana inovasi dirasakan sukar untuk dimengerti dan dipergunakan.
4. *Trialability* (kemungkinan dicoba) adalah mutu derajat dimana inovasi diekperimentasikan pada landasan yang terbatas.
5. *Observability* (kemungkinan diamati) adalah suatu derajat dimana inovasi dapat disaksikan oleh orang lain.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud menggambarkan (mendeskripsikan) fenomena yang disertai penafsiran-penafsiran dengan tujuan memperoleh gambaran setepat realitanya. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (*Eko Harry. 2018. P, 64*). Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini yakni melalui observasi di kantor Bank BTPN Bumiayu dan melalui wawancara dengan karyawan Bank BTPN Bumiayu

D. PEMBAHASAN

Terdapat 12 narasumber karyawan Bank Btpn Bumiayu yang sudah di lakukan observasi dan wawancara. Hasil observasi dan wawancara sudah dapat di deskripsikan.

1. Proses penyebar luasan inovasi dalam interaksi sosial
 - a. Instagram merupakan media baru yang memiliki beberapa manfaat selain untuk komunikasi yaitu karyawan lebih mudah dalam mendapatkan informasi ter *update*, karyawan memanfaatkan untuk usaha sampingan diluar jam kerja, karyawan memiliki banyak relasi di luar jangkauan.
 - b. Bagi karyawan yang memiliki akun Instagram, Instagram dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun berada. Tidak ada batasan usia maupun waktu pengaksesan.

- c. Karyawan dapat saling bertukar informasi, ide serta kreatifitas yang muncul lewat postingan-postingan di instagram yang begitu variatif
2. Tingkat adopsi dalam interaksi sosial
 - a. *Relative Advantage* instagram membantu dalam mencari pendapatan tambahan di luar pekerjaan, memudahkan karyawan untuk melakukan promosi (online shop) milik pribadi.
 - b. *Compatibility* (kesesuaian) instagram dapat mengakses informasi apa saja yang dibutuhkan karyawan. Mulai dari sosial budaya hingga kebutuhan pribadi seperti *fashion* dan *make up*.
 - c. *Complexity* (kerumitan) kesulitan mengakses saat jaringan tidak tersedia atau dilakukan pemblokiran akun oleh pihak yang tidak berwenang atau *hacker*.
 - d. *Trialability* (kemungkinan dicoba) instagram selalu menyajikan hal-hal yang terbaru atau Viral, informasi serta kejadian disekitar lingkungan masyarakat selalu terekam di sana, sehingga karyawan selalu *update* dan membuat karyawan tidak merasa *kudet* (*Kurang Update*) dan dapat mengikuti *tren* yang muncul di lingkungan masyarakat saat ini, contohnya orang akan menjadi lebih *fashionable* sejak mengenal instagram.
 - e. *Observability* (kemungkinan diamati) tayangan atau berita yang muncul di media instagram dapat mempengaruhi pola pikir serta gaya hidup dalam masyarakat.
 3. Peran Instagram bagi karyawan Bank BTPN
 - a. Instagram dianggap sebagai media dengan informasi paling lengkap, serta efektif untuk di akses kapan saja dan di mana saja

- b. Instagram menyajikan segala informasi yang dibutuhkan, berita-berita update mulai dari politik, soisl budaya, ekonomi, *fashion*, cerita-cerita lucu, video-video tutorial hijab / make up, info bola, info artis, loker.
- c. Instagram menambah relasi di luar pekerjaan.
- d. Instagram sebagai media untuk mencari pendapatan tambahan di luar jam kerja.
- e. Instagram sebagai tanda perkembangan zaman yang semakin dinamis yang wajib di ikuti oleh semua karyawan

**Tabel Peran Positif dan Negatif Penggunaan Instagram
Pada Karyawan Bank BTPN Bumiayu**

SISI POSITIF	SISI NEGATIF
Antar karyawan dapat berdiskusi mengenai berita-berita terkini. Berita seputar pemerintahan, berita-berita politik, sosial-budaya, loker, <i>fashion</i> dan <i>make up</i>	Terjadi selisih antar karyawan apabila ada postingan yang kurang baik walaupun sebenarnya tidak ditujukan untuk teman sekantor
Menunjukkan simpati antar karyawan dan juga kedekatan antar mereka lewat postingan-postingan yang di upload	Perbedaan argument saat informasi yang di dapatkan dari sumber yang berbeda. Saling meyakini informasi yang dibaca melalui <i>Smartphone</i> masing-masing
Komunikasi menjadi lebih akrab, sejalan	Sinyal yang tidak bagus atau pada saat

dan sepemikiran karena media dan informasi yang mereka konsumsi sama	<i>trouble</i> , menjadikan salah paham karena pesan yang dikirimkan tidak segera di respon
Antar karyawan lebih mengenal dan lebih memahami karakter serta latar belakang satu sama lain	Membuat antar karyawan kurang inten dalam berkomunikasi secara verbal karena mereka dapat berkomunikasi lewat media sosial
Saling mendukung dan membantu untuk urusan bisnis sampingan mereka	Terjadi <i>miscommunication</i> dan tidak fokus pada saat berinteraksi karena sibuk dengan <i>gadgetnya</i>

Analisis Akhir Data

1. Instagram salah satu media yang dimiliki dan diakses oleh setiap hari oleh semua 12 narasumber yaitu karyawan Bank BTPN Bumiayu
2. Mereka menggunakan instagram untuk kebutuhan dan kepuasan pribadi serta adanya tuntutan perkembangan jaman
3. Instagram memiliki sisi positif dan sisi negatif dalam interaksi sosial antar karyawan

E. KESIMPULAN

Media sosial yang berkembang saat ini begitu banyak dan memiliki peranan masing-masing, namun para pengguna media sosial juga berhak memilih media mana yang akan menjadi *partner* media sosial mereka. Dalam penelitian ini media sosial instgram menjadi media favorit bagi karyawan Bank BTPN Bumiayu. Banyak keuntungan, keunikan serta

kepuasan yang mereka dapatkan lewat akun instagram mereka. Banyak sisi positif dan sisi negatif dalam memengaruhi interaksi sosial antar karyawan. Namun disini para karyawan bersikap bijak dalam memahami dan menggunakan akun media sosial instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, *Elvinaro dkk.* 2009. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar.* Bandung: Simbiosis Rekatama.

Choirul Anam.(2014).*Kemampuan interksi sosial antara remaja yang tinggal di pondok pesantren dengan yang tinggal bersama keluarga.* Yogyakarta:Universitas Ahmad Dahlan.

Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Little, John. S. (2011). *Teori Komunikasi Theories Of Human Communication.*Jakarta : Salemba Humanika

Nurudin.(2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Randolf A. M. (2012). *Peranan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado.* E-journal “Acta Diurna”, IV(4)

Susanto, Harry. E.(2018).*Komunikasi Manusia Teori dan Praktek Dalam Penyampaian Gagasan.*Jakarta : Mitra Wacana Media

Sisrazeni.(2017). *Hubungan penggunaan media sosial dengan interaksi sosial* .Batusangkar :IAIN Batusangkar.