

PENGARUH PENGGUNAAN FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI MELALUI INSTAGRAM DI TEMBILAHAN

**Patmawati¹, Dina Ardila², Ratna Sari³, Numaliyana⁴, Khairunnisa⁵, Muhardi⁶,
Marlina⁷, Cintia Cahya N⁸, Wiwit Diawati A⁹, Edi Susanto¹⁰**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}

Email: patmawati@gmail.com

ABSTRACT

In the digital era today, social media has become the primary channel for information dissemination, with Instagram as one of the most dominant platforms. This research aims to explore the influence of photography and videography on the dissemination of information through Instagram in Tembilahan. Using a qualitative research method with a descriptive approach, this study analyzes how visual content, such as photos and videos, is utilized to enhance interaction and promote local businesses on the Instagram account @Instainhil. The findings indicate that visual content possesses a strong appeal and is proven to be more effective in conveying messages compared to text alone. Furthermore, the use of photography and videography not only increases engagement but also facilitates communication within the local community, demonstrating that visual media can strengthen the delivery of information and build closer relationships with users in Tembilahan.

Keywords: Instagram, Photograh, Videography, Information dissemination, Sosial media

ABSTRAK

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi, dengan Instagram sebagai salah satu platform yang paling dominan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan fotografi dan videografi terhadap penyebaran informasi melalui Instagram di Tembilahan. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini menganalisis bagaimana konten visual, seperti foto dan video, digunakan untuk meningkatkan interaksi dan mempromosikan usaha lokal di akun Instagram @Instainhil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten visual memiliki daya tarik yang kuat dan terbukti lebih efektif dalam menyampaikan pesan dibandingkan teks semata. Selain itu, penggunaan fotografi dan videografi terbukti tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga mempermudah komunikasi di komunitas lokal, menunjukkan bahwa media visual dapat memperkuat penyampaian informasi dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengguna di Tembilahan.

Kata kunci: Instagram, Fotografi, Videografi, Penyebaran Informasi, Media Sosial.

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi. Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram, sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video. Tembilahan, sebuah kota yang terletak di Provinsi Riau, telah melihat perkembangan pesat dalam penggunaan Instagram, yang memiliki dampak signifikan terhadap cara informasi disebarkan di komunitas lokal.

Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan telah mengalami pertumbuhan yang cepat, kini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Di Indonesia, khususnya di Tembilahan, Instagram telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan akses melalui smartphone dan internet yang semakin terjangkau telah mendorong masyarakat Tembilahan untuk aktif menggunakan Instagram sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi informasi. Instagram telah menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan berbagai jenis informasi, mulai dari berita, pendidikan, hingga promosi produk.

Fotografi dan videografi memainkan peran penting dalam penyebaran informasi di Instagram. Foto dan video memiliki daya tarik visual yang kuat dan mampu menyampaikan pesan dengan lebih efektif dibandingkan dengan teks. Pengguna Instagram di Tembilahan memanfaatkan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV untuk berbagi momen penting, informasi publik, serta promosi usaha lokal. Foto dapat digunakan untuk mengilustrasikan atau memperjelas informasi yang disampaikan secara verbal, seperti dalam artikel, berita, atau presentasi. Video, di sisi lain, memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi yang lebih kompleks dengan cara yang lebih dinamis. Melalui video, pengguna dapat menceritakan kisah, memberikan tutorial, atau melakukan siaran langsung untuk berinteraksi dengan pengikut mereka.

Penggunaan fotografi dan videografi di Instagram telah membawa beberapa pengaruh positif bagi komunitas Tembilahan, antara lain: Peningkatan Kesadaran dan Informasi, Promosi Usaha Lokal, dan Interaksi dan Keterlibatan Komunitas. Salah satu contoh nyata adalah akun Instagram Instainhil, yang memiliki lebih dari 48.900 pengikut dan 5.000 postingan, berperan sebagai salah satu sumber utama penyebaran informasi di Tembilahan. Dengan jumlah pengikut yang besar, Instainhil mampu menjangkau audiens yang beragam, dari masyarakat lokal hingga nasional dan bahkan internasional, seperti ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Jangkauan Instainhil

Kota Teratas	Negara Teratas
Tembilahan	Indonesia
Pekanbaru	India
Batam	Brazil
Jakarta	Uzbekistan

Sumber: Instagram Instainhil (2024)

Keberadaan Instainhil sebagai platform informasi lokal telah mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini, baik mengenai berita lokal maupun promosi usaha-usaha kecil di Tembilahan. Fotografi digunakan untuk memperjelas dan mempercantik informasi, sementara videografi memungkinkan penyampaian pesan yang lebih kompleks, seperti tutorial atau liputan acara, dengan cara yang lebih dinamis dan interaktif.

Penelitian terdahulu mendukung bahwa konten visual (foto dan video) meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna. Purnamasari dan Rizki (2021) menekankan bahwa visual yang menarik dapat meningkatkan engagement pengguna di media sosial, sementara Handayani dan Junaidi (2020) menunjukkan bahwa visualisasi informasi memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan retensi informasi di antara audiens. Temuan ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan fotografi dan videografi di Instagram di Tembilahan tidak hanya mendukung penyebaran informasi tetapi juga memperkuat interaksi sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami seberapa efektif konten visual dalam menarik perhatian, meningkatkan interaksi pengguna, dan memperkuat pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui platform tersebut. Dengan merujuk pada hasil penelitian terdahulu dan mempertimbangkan konteks saat ini di

Tembilahan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai efektivitas penggunaan konten visual dalam media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menyusun rekomendasi strategis bagi masyarakat dan pelaku usaha lokal untuk memanfaatkan platform Instagram secara lebih optimal dalam menyebarkan informasi, meningkatkan interaksi sosial, dan memperkuat keterlibatan komunitas di era digital ini.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diberikan, rumusan masalah terkait Pengaruh penggunaan Fotografi dan Videografi terhadap penyebaran informasi melalui Instagram di Tembilahan:

Bagaimana pengaruh penggunaan fotografi dan videografi oleh pengguna Instagram @instainhil di Tembilahan dalam menyebarkan informasi?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan fotografi dan videografi oleh pengguna Instagram @instainhil di Tembilahan dalam menyebarkan informasi.

B. TELAAH PUSTAKA

Penggunaan Fotografi dan Videografi

Fotografi dan videografi adalah dua elemen visual yang semakin penting dalam komunikasi digital, khususnya di platform media sosial seperti Instagram. Penggunaan elemen visual ini tidak hanya membantu dalam menarik perhatian audiens, tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ranjan dan Ghosh (2018), visualisasi informasi melalui gambar dan video mampu membuat pesan lebih menonjol dan mudah diingat oleh pengguna. Konten visual dinilai lebih menarik perhatian dibandingkan dengan teks, dan pengguna media sosial seperti Instagram lebih cenderung berinteraksi dengan postingan yang menggunakan gambar atau video daripada yang hanya berbasis teks. Elemen-elemen visual seperti warna, komposisi, dan gerakan dalam video juga dapat memperkuat emosi atau nuansa pesan yang ingin disampaikan, membuat informasi lebih berkesan bagi audiens.

Selain itu, penggunaan fotografi dan videografi memungkinkan informasi disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan efektif. Sebuah foto atau video yang dirancang dengan baik dapat memberikan interpretasi yang lebih kaya dibandingkan dengan deskripsi teks yang panjang. Hal ini sejalan dengan pendapat Rubinstein (2020) yang menyatakan bahwa visual storytelling melalui media sosial sangat efektif dalam menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang sederhana. Visual juga memungkinkan pengguna untuk lebih memahami konteks dan detail informasi hanya dengan satu pandangan. Dalam konteks Instagram, platform ini memberikan ruang yang ideal bagi pengguna untuk memanfaatkan kekuatan fotografi dan videografi.

Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi di media sosial telah berubah secara signifikan dengan adanya platform seperti Instagram, yang mengedepankan visualisasi konten sebagai alat utama dalam distribusi informasi. Sebagai platform yang berfokus pada foto dan video, Instagram memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan efektif kepada audiens yang luas. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kalsnes (2016), media sosial, terutama Instagram, telah menjadi alat utama untuk penyebaran berita dan informasi faktual secara cepat dan efisien. Pengguna dapat membagikan informasi secara real-time, dan fitur seperti "stories" dan "feeds" memfasilitasi penyebaran informasi yang lebih interaktif dan imersif. Hal ini membuat Instagram menjadi platform yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat di Tembilahan, khususnya dengan menggunakan fotografi dan videografi.

Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disajikan melalui visual cenderung lebih mudah dicerna dan diingat oleh audiens. Sebuah studi oleh De Vries, Gensler, dan Leeflang (2017) mengungkapkan bahwa konten visual, baik dalam bentuk foto maupun video, memiliki kemampuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan mempercepat proses distribusi informasi di media sosial. Instagram, dengan elemen visual yang kuat, mendukung penyebaran informasi secara luas dan cepat karena pengguna dapat

dengan mudah membagikan ulang konten tersebut kepada jaringan mereka. Dalam konteks ini, penggunaan fotografi dan videografi di Instagram bukan hanya tentang menyajikan informasi secara menarik, tetapi juga mempengaruhi bagaimana informasi tersebut menyebar dengan lebih cepat dan lebih luas di masyarakat.

Hipotesis

1. Penggunaan fotografi dan videografi berpengaruh positif terhadap penyebaran informasi melalui Instagram @instainhil di Tembilahan.
2. Penggunaan fotografi dan videografi lebih efektif dibandingkan dengan media cetak dalam menyebarkan informasi *factual* di Instagram @instainhil di Tembilahan.

C. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Menurut Kriyantono (2020), penelitian kualitatif menggunakan cara berpikir induktif, yaitu memulai dari hal-hal khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (konsep). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial dan menyajikan gambaran lengkap tentang suatu kejadian atau hubungan yang ditemukan dalam penelitian (Haryoputro, 2015). Dengan demikian, pendekatan deskriptif ini sesuai untuk mengkaji pengaruh penggunaan fotografi dan videografi dalam penyebaran informasi di Instagram.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa teknik pengumpulan data yang komprehensif untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan mengenai pengaruh penggunaan fotografi dan videografi dalam penyebaran informasi melalui akun Instagram Instainhil. Pertama, survei online dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih. Menurut Creswell (2014), survei merupakan metode yang efektif untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar dan mendapatkan informasi tentang persepsi serta sikap responden. Kuesioner ini dirancang untuk menggali persepsi pengguna Instagram di Tembilahan tentang penggunaan elemen visual dalam menyampaikan informasi. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, responden yang dipilih adalah individu yang aktif di media sosial dan memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan konten yang diunggah oleh akun Instagram tersebut.

Selain survei, juga dilakukan wawancara mendalam secara langsung dengan pemilik akun Instagram Instainhil, Fariz Muhammad. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai strategi penggunaan fotografi dan videografi dalam postingan serta dampaknya terhadap audiens. Menurut Kriyantono (2020), wawancara mendalam adalah metode yang efektif untuk memperoleh data yang kompleks dan mendetail, karena memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan lanjutan dan mendapatkan informasi yang lebih kaya. Metode wawancara tatap muka ini diharapkan dapat menghasilkan data yang lebih mendalam dan detail, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana informasi disampaikan dan diterima. Terakhir, dilakukan analisis konten terhadap postingan Instagram dari akun Instainhil untuk mengevaluasi elemen visual yang digunakan dan dampaknya terhadap penyebaran informasi. Analisis konten, sebagaimana dijelaskan oleh Krippendorff (2013), adalah metode sistematis untuk mengevaluasi dan menginterpretasikan komunikasi dalam berbagai bentuk, yang dapat membantu dalam menilai frekuensi, tema, dan interaksi audiens terhadap konten. Dengan menggunakan teknik ini, dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas media visual dalam menyebarkan informasi.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara. Pedoman ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengeksplorasi bagaimana pengaruh penggunaan fotografi dan videografi oleh akun Instagram @Instainhil dalam menyebarkan informasi terkini di kota Tembilahan. Instrumen ini membantu peneliti menggali lebih dalam mengenai strategi visual yang digunakan untuk menarik perhatian audiens.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang dikumpulkan, penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan penggunaan fotografi dan videografi dalam penyebaran informasi melalui akun Instagram Instainhil.

Menurut Gurel dan Tat (2017), analisis SWOT adalah alat strategis yang sering digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keberhasilan suatu strategi atau aktivitas. Dalam konteks ini, hasil wawancara dan survei dianalisis untuk memahami kekuatan dan kelemahan penggunaan elemen visual (fotografi dan videografi) serta bagaimana hal tersebut dapat menciptakan peluang dan menghadapi ancaman dalam konteks penyebaran informasi di media sosial. Proses analisis ini membantu untuk menarik kesimpulan berdasarkan data lapangan yang diperoleh, yang kemudian dibandingkan dengan teori-teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

Analisis dilakukan secara induktif, yaitu menarik kesimpulan dari data empiris yang spesifik menuju konsep atau teori yang lebih umum. Dengan menggabungkan hasil analisis SWOT dan metode kualitatif, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang efektivitas media visual dalam penyebaran informasi melalui Instagram.

Lokasi dan Waktu penelitian

Kantor Instainhil berada di Jalan Lingkar 1, TembilahaN. Penelitian ini dilakukan pada Rabu, 01 Mei 2024 pada jam 14.00 WIB.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif Instagram yang berada di Indragiri Hilir. Menurut data terakhir pada Agustus 2023, diperkirakan terdapat sekitar 350.000 pengguna Instagram aktif di Indragiri Hilir, dan followers akun @instainhil berjumlah 48.900.

Untuk menentukan sampel yang representatif, kami menggunakan teknik sampling Taro Yamane, yang termasuk dalam *non-probability sampling*. Rumus Taro Yamane untuk menentukan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Di mana:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = *margin of error* (tingkat kesalahan yang diinginkan)

Dalam penelitian ini, margin of error yang digunakan sebesar 10% (0,1). Dengan demikian, perhitungan ukuran sampel dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{350.000}{1 + 350.000 \cdot (0,1)^2} \\ n &= \frac{350.000}{1 + 350.000 \cdot 0,01} \\ n &= \frac{350.000}{1 + 3.500} \\ n &= \frac{350.000}{3.501} \\ n &= 99,9 \text{ (dibulatkan menjadi 100)} \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan kurang lebih 100 responden. Sampel ini dianggap cukup representatif untuk mewakili populasi pengguna Instagram aktif di Indragiri Hilir.

Definisi operasional variabel

1. Variabel Independen (Penggunaan Fotografi dan Videografi)

Penggunaan fotografi dan videografi adalah pemanfaatan elemen visual berupa

gambar (foto) dan video yang dipublikasikan di Instagram untuk menyampaikan pesan atau informasi secara menarik dan kreatif kepada audiens. Penggunaan elemen visual ini mencakup aspek-aspek seperti komposisi, warna, gerakan, dan desain, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kejelasan informasi yang disampaikan.

Adapun indikator variabel ini yaitu sebagai berikut:

- Kualitas visual foto dan video (resolusi, komposisi)
- Kreativitas dalam penyajian konten visual
- Kejelasan pesan yang disampaikan melalui visual
- Frekuensi penggunaan fotografi dan videografi dalam postingan

2. Variabel Dependen (Penyebaran Informasi)

Penyebaran informasi adalah proses distribusi atau penyampaian informasi faktual melalui platform Instagram kepada audiens di Tembilahan. Penyebaran informasi ini mencakup kecepatan dan jangkauan penyampaian pesan, serta bagaimana informasi diterima, dipahami, dan berinteraksi dengan pengguna.

Adapun indikator variabel ini yaitu sebagai berikut:

- Kecepatan distribusi informasi melalui foto dan video
- Jangkauan atau jumlah audiens yang terpapar informasi
- Tingkat interaksi (*likes, shares, comments*) dari postingan yang berisi informasi
- Kemudahan akses dan keterbacaan informasi melalui Instagram

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis matrik IFE dan EFE

Analisis Internal Factor Evaluation (IFE) bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi penyebaran informasi melalui akun Instagram @instainhil di Tembilahan. Dalam analisis ini, faktor-faktor internal diidentifikasi dan dinilai berdasarkan bobot dan rating yang mencerminkan kontribusi masing-masing faktor terhadap efektivitas penggunaan fotografi dan videografi. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Instagram memiliki kekuatan dalam hal aksesibilitas dan fitur interaktif, terdapat kelemahan seperti terbatasnya akses internet bagi sebagian penduduk, yang dapat menghambat penyebaran informasi yang akurat dan tepat waktu.

Tabel 2. Analisis Internal Factor Evaluation (IFE)

No	Faktor Analisis Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan/<i>Strenght</i> (S)				
1	Instagram mudah diakses oleh sebagian besar penduduk Tembilahan, Platform ini memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas.	0,25	4	1,00
2	Fotografi dan videografi mampu menyampaikan informasi dengan lebih efektif daripada teks saja,	0,30	4	1,20
3	Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat mendukung penyebaran informasi, seperti Reels, Stories, dan Live, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual secara interaktif.	0,25	4	1,00
Total				3,20
Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)				
1	Tidak semua penduduk Tembilahan memiliki akses internet yang memadai, sehingga dapat tertinggal dalam mendapatkan informasi melalui Instagram.	0,30	2	0,60

2	Foto dan video dapat dimanipulasi atau disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.	0,40	3	1,20
3	Pengguna Instagram cenderung percaya pada informasi yang disajikan dalam bentuk visual tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut.	0,30	3	0,90
Total				2,70

Sumber: diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada bagian kekuatan/*strenght*, Instagram @instainhil mudah diakses oleh sebagian besar penduduk Tembilahan. Aksesibilitas ini memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas, yang dinilai sangat signifikan dengan nilai total 1,00. Selain itu, penggunaan konten visual seperti fotografi dan videografi mampu menyampaikan informasi dengan lebih efektif dibandingkan dengan teks saja. Hal ini memberikan dampak besar dengan skor total 1,20. Fitur-fitur Instagram @instainhil seperti *Reels*, *Stories*, dan *Live*, yang mendukung penyebaran informasi secara interaktif, juga memberikan kontribusi penting dengan nilai 1,00. Secara keseluruhan, total nilai untuk kekuatan mencapai 3,20, yang menunjukkan dominasi kekuatan dalam penggunaan Instagram @instainhil di Tembilahan.

Di sisi lain, kelemahan/*weakness* utama adalah tidak semua penduduk Tembilahan memiliki akses internet yang memadai, yang dapat menjadi hambatan bagi mereka untuk memperoleh informasi. Kelemahan ini memiliki skor 0,60, yang menunjukkan pengaruhnya, meskipun tidak terlalu besar. Selain itu, ada risiko manipulasi foto dan video yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar. Faktor ini dianggap signifikan dengan nilai total 1,20. Terakhir, kecenderungan pengguna untuk mempercayai informasi visual tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut juga menjadi kelemahan dengan skor 0,90. Total nilai kelemahan mencapai 2,70, yang meskipun cukup tinggi, masih lebih rendah dibandingkan total kekuatan.

Dari keseluruhan tabel, dapat diketahui bahwa meskipun terdapat kelemahan dalam penggunaan Instagram @instainhil sebagai alat penyebaran informasi di Tembilahan, kekuatannya lebih menonjol.

Seanjutnya, analisis External Factor Evaluation (EFE) merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari faktor eksternal dalam lingkungan suatu organisasi atau inisiatif. Dalam konteks ini, tabel EFE membantu menganalisis bagaimana faktor eksternal memengaruhi penggunaan Instagram di Tembilahan sebagai media penyebaran informasi.

Tabel berikut menyajikan faktor eksternal yang memengaruhi penyebaran informasi melalui Instagram di Tembilahan, yang dibagi menjadi dua kategori: peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Setelah penyajian tabel, dilakukan analisis terhadap masing-masing faktor untuk memahami dampaknya secara lebih mendalam.

Tabel 3. Analisis External Factor Evaluation (EFE)

No	Faktor Analisis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang/ <i>Opportunities</i> (O)				
1	Masyarakat Tembilahan semakin sadar akan pentingnya literasi digital, sehingga dapat lebih kritis dalam melihat informasi di Instagram.	0,25	4	1,00
2	Influencer lokal di Tembilahan dapat berperan penting dalam menyebarkan informasi yang bermanfaat melalui konten visual di Instagram.	0,25	4	1,00
3	Lembaga pemerintahan, organisasi non-profit, dan media lokal dapat bekerja sama dengan pengguna Instagram untuk menyebarkan informasi yang	0,25	4	1,00

	penting.			
Total				3,00
Ancaman/ <i>Threats</i> (T)				
1	Penyebaran misinformasi dan hoaks melalui konten visual dapat menimbulkan dampak negatif pada masyarakat Tembilahan.	0,30	4	1,20
2	Ketergantungan pada <i>platform</i> Instagram dapat menimbulkan risiko jika platform tersebut mengalami gangguan atau diblokir.	0,15	3	0,45
3	Perbedaan dalam penggunaan dan pemahaman teknologi dapat menimbulkan kesenjangan generasi dalam akses dan pemahaman informasi visual di Instagram.	0,30	4	1,20
Total				2,85

Sumber: diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa pada bagian peluang/*opportunity* dalam tabel analisis menunjukkan bahwa masyarakat Tembilahan semakin sadar akan pentingnya literasi digital, yang memungkinkan mereka lebih kritis dalam menilai informasi yang mereka temukan di Instagram. Faktor ini memiliki bobot 0,25 dan rating 4, yang memberikan skor 1,00. Peningkatan literasi digital ini memberikan dampak signifikan terhadap penyebaran informasi yang efektif di Instagram, terutama melalui akun Instainhil. Sebagai objek analisis dalam penelitian ini, Instainhil berperan penting dalam memanfaatkan perkembangan literasi digital untuk menyebarkan informasi lokal yang lebih akurat dan mudah diakses oleh masyarakat Tembilahan.

Selain itu, influencer lokal yang menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi juga memberikan dampak positif dengan bobot 0,25 dan skor 1,00. **Instainhil** sering bekerja sama dengan para influencer lokal untuk memperkuat penyebaran informasi, baik dalam bentuk promosi produk lokal, berita terkini, maupun edukasi digital. Hal ini semakin memperkuat peran Instagram sebagai alat penyebaran informasi yang efektif di Tembilahan.

Peluang kolaborasi antara lembaga pemerintah, organisasi non-profit, dan media lokal seperti Instainhil juga memberikan nilai tambah. Dengan bobot 0,25 dan skor 1,00, kolaborasi ini memungkinkan berbagai pihak untuk memanfaatkan Instagram dalam menyebarkan informasi penting bagi masyarakat. Sebagai media lokal utama di Tembilahan, Instainhil telah berperan dalam menyebarkan berita penting melalui platform ini, memperluas akses informasi dan meningkatkan interaksi masyarakat.

Namun, ancaman/*threats* juga tidak bisa diabaikan. Penyebaran misinformasi dan hoaks melalui konten visual menjadi ancaman serius dengan bobot 0,30 dan skor 1,20. Dalam konteks ini, Instainhil menghadapi tantangan untuk memastikan keakuratan informasi yang mereka sebar, karena penyebaran informasi yang salah dapat merusak kepercayaan masyarakat. Pengelola akun harus selalu berhati-hati dalam verifikasi informasi sebelum dipublikasikan.

Ketergantungan pada platform Instagram, dengan bobot 0,15 dan skor 0,45, juga menjadi ancaman, terutama jika platform mengalami gangguan atau diblokir. Hal ini akan mempengaruhi kemampuan Instainhil dalam menyebarkan informasi secara efektif. Selain itu, kesenjangan generasi dalam penggunaan teknologi, dengan bobot 0,30 dan skor 1,20 menunjukkan bahwa perbedaan pemahaman teknologi antara generasi muda dan tua di Tembilahan bisa menjadi hambatan dalam penyebaran informasi melalui Instagram.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat ancaman, peluang yang dimiliki Instainhil dalam menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi lokal di Tembilahan

menawarkan potensi besar. Pemanfaatan fotografi dan videografi yang interaktif, kerja sama dengan berbagai pihak, serta strategi verifikasi informasi dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi di kota ini.

2. Matrik Interaksi SWOT

Setelah melakukan analisis terhadap faktor eksternal menggunakan matriks EFE (External Factor Evaluation) dan faktor internal dengan matriks IFE (Internal Factor Evaluation), langkah selanjutnya adalah menyusun strategi yang dapat digunakan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang telah diidentifikasi. Matriks SWOT digunakan sebagai alat analisis lanjutan untuk mengombinasikan hasil dari EFE dan IFE, sehingga mampu merumuskan strategi yang tepat bagi Instainhil dalam menghadapi dinamika penyebaran informasi di Tembilahan.

Melalui analisis IFE, kekuatan Instainhil seperti tingginya tingkat kepercayaan masyarakat dan kapasitasnya untuk menyajikan konten visual yang menarik telah diidentifikasi. Sementara itu, kelemahan seperti ketergantungan pada platform Instagram dan keterbatasan akses internet di beberapa wilayah masih menjadi hambatan. Dari sisi eksternal, hasil EFE menunjukkan peluang besar yang muncul dari meningkatnya literasi digital di Tembilahan, namun juga ada ancaman berupa penyebaran hoaks dan kesenjangan dalam pemahaman teknologi di kalangan masyarakat.

Berikut adalah tabel Matriks SWOT yang mengintegrasikan kedua analisis ini serta strategi-strategi yang mungkin diterapkan:

Tabel 4. Matriks Interaksi SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	STRATEGI SO 3,20 – 3,00 = 0,20	STRATEGI WO 2,70 – 3,00 = - 0,30
TREATHS (T)	STRATEGI ST 3,20 – 2,85 = 0,35	STRATEGI WT 2,70 – 2,85 = - 0,15

Sumber: diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat diketahui strategi berdasarkan matriks SWOT yaitu sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Tabel menunjukkan bahwa Instainhil memiliki kekuatan utama, yaitu kepercayaan masyarakat yang tinggi serta kemampuan menyajikan konten visual yang menarik. Kekuatan ini bisa dimaksimalkan untuk memanfaatkan peluang dari meningkatnya literasi digital di Tembilahan. Dengan selisih 0,20, strategi ini mengarahkan Instainhil untuk lebih proaktif dalam penggunaan Instagram sebagai platform utama penyebaran informasi. Penggunaan fitur-fitur dinamis seperti Reels dan IGTV memungkinkan penyampaian berita serta edukasi penting dengan cara yang lebih menarik dan efektif, yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta memperluas jangkauan informasi.

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Selisih negatif (-0,30) pada strategi ini menunjukkan adanya kelemahan yang perlu diatasi, seperti ketergantungan pada Instagram dan masalah akses internet di beberapa wilayah. Namun, peluang kerjasama dengan lembaga pemerintah atau penyedia layanan internet lokal dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki aksesibilitas informasi yang disebar oleh Instainhil. Selain itu, peningkatan kapasitas teknologi serta pelatihan digital bagi tim Instainhil dapat membantu mengatasi kelemahan internal ini, sekaligus membuka peluang baru untuk memperluas jangkauan dan kualitas penyebaran informasi melalui platform digital.

c. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Dengan selisih 0,35, strategi ini bertujuan mengatasi ancaman eksternal, seperti penyebaran hoaks yang sering terjadi di media sosial. Instainhil dapat memanfaatkan kekuatannya sebagai sumber informasi yang terpercaya dengan memperkuat mekanisme verifikasi konten. Kolaborasi dengan ahli lokal atau instansi pemerintah dalam memvalidasi informasi bisa meningkatkan akurasi dan kepercayaan publik. Dengan langkah ini, Instainhil mampu mempertahankan kredibilitasnya di tengah derasnya informasi yang salah, sekaligus mengurangi dampak negatif dari misinformasi di kalangan masyarakat Tembilahan.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Selisih negatif (-0,15) pada strategi ini mengindikasikan bahwa ancaman seperti kesenjangan pemahaman teknologi dan ketergantungan pada satu platform (Instagram) memerlukan solusi jangka panjang. Instainhil perlu mendiversifikasi saluran distribusi informasi, misalnya dengan memanfaatkan platform media sosial lainnya atau membangun situs web resmi. Diversifikasi ini penting untuk memastikan bahwa penyebaran informasi tetap berjalan meskipun ada gangguan di Instagram. Selain itu, pengembangan program literasi digital untuk meningkatkan pemahaman teknologi, khususnya di kalangan generasi yang lebih tua, dapat membantu mengatasi kesenjangan digital di masyarakat.

Pembahasan

1. Penggunaan Fotografi dan Videografi Berpengaruh Positif terhadap Penyebaran Informasi melalui Instagram @instainhil di Tembilahan

Dalam analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*), kekuatan utama Instagram @instainhil adalah kemampuannya untuk menyajikan konten visual, seperti fotografi dan videografi, yang memiliki pengaruh positif terhadap penyebaran informasi. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa konten visual memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial. Menurut penelitian oleh Sabate et al. (2014), gambar yang menarik secara visual mampu menarik perhatian lebih besar, meningkatkan likes, shares, dan interaksi dibandingkan dengan teks saja. Dalam hal ini, Instagram sebagai platform yang sangat visual memungkinkan penyebaran informasi yang lebih efektif di kalangan pengguna, khususnya di daerah seperti Tembilahan di mana keterlibatan masyarakat melalui media digital semakin meningkat.

Lebih lanjut, *Rise of digital literacy* atau meningkatnya literasi digital masyarakat Tembilahan memperkuat argumentasi ini. Penelitian oleh Pew Research Center (2018) menunjukkan bahwa dengan semakin tingginya penetrasi internet dan penggunaan media sosial, masyarakat lebih cenderung menyerap informasi melalui media visual daripada teks. Oleh karena itu, hipotesis pertama bahwa fotografi dan videografi berpengaruh positif dalam penyebaran informasi melalui Instagram di Tembilahan bisa diterima karena didukung oleh data dan studi sebelumnya.

2. Penggunaan Fotografi dan Videografi Lebih Efektif Dibandingkan dengan Media Cetak dalam Menyebarkan Informasi Faktual di Instagram @instainhil di Tembilahan

Hasil analisis IFE menunjukkan bahwa fotografi dan videografi tidak hanya memiliki pengaruh positif, tetapi juga lebih efektif dibandingkan media cetak dalam menyebarkan informasi faktual di Instagram @instainhil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa konten visual di platform digital memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih cepat dibandingkan dengan media cetak. Menurut Malthouse et al. (2013), media digital seperti Instagram menawarkan keunggulan dalam penyebaran informasi karena kemampuannya untuk menarik perhatian dalam waktu yang singkat dan menargetkan audiens secara lebih efektif, terutama melalui

penggunaan konten visual.

Lebih jauh lagi, penelitian oleh Tussyadiah & Fesenmaier (2009) menunjukkan bahwa konten visual tidak hanya lebih efektif dalam menyampaikan pesan tetapi juga dapat meningkatkan daya ingat dan pemahaman *audiens* terhadap informasi yang disampaikan, dibandingkan dengan teks atau media cetak tradisional. Dalam konteks ini, Instagram dengan Reels, Stories, dan fitur interaktifnya jelas lebih unggul daripada media cetak yang statis. Hal ini mendukung hipotesis kedua bahwa penggunaan fotografi dan videografi lebih efektif dibandingkan dengan media cetak dalam penyebaran informasi faktual di Tembilahan melalui Instagram.

E. KESIMPULAN

Fotografi dan videografi memainkan peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi di era teknologi saat ini. Melalui penggunaan gambar dan video, informasi dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Visualisasi informasi melalui fotografi dan videografi dapat membuat pesan menjadi lebih kuat dan dapat diingat dengan lebih baik oleh pengguna. Ditambah lagi, dengan kemajuan teknologi saat ini, seperti kualitas kamera yang semakin baik pada perangkat ponsel pintar, pengguna dapat dengan mudah menghasilkan konten visual yang menarik. Hal ini memungkinkan setiap orang untuk menjadi pembuat konten dan membagikan informasi dengan cepat melalui media sosial seperti Instagram.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa fotografi dan videografi, didukung oleh kecanggihan teknologi dan media informasi yang mendukung, memiliki peran yang sangat signifikan dalam penyebaran informasi secara cepat dan efektif. Instagram menjadi salah satu platform yang memfasilitasi proses ini dengan memberikan akses kepada banyak pengguna untuk berbagi dan mengakses informasi dengan mudah.

Dengan menerapkan strategi penggunaan fotografi dan videografi yang efektif, dapat meningkatkan penyebaran informasi dan keterlibatan pengguna Instagram, khususnya di Tembilahan.

F. SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram, Instainhil disarankan untuk mengoptimalkan konten visual dengan fotografi dan videografi berkualitas tinggi serta memanfaatkan fitur interaktif seperti Reels, Stories, dan IGTV. Penting juga untuk memperkuat mekanisme verifikasi konten guna mengurangi risiko penyebaran misinformasi, serta berkolaborasi dengan influencer lokal dan lembaga kredibel untuk meningkatkan jangkauan dan akurasi informasi. Selain itu, diversifikasi platform penyebaran informasi, seperti Facebook atau situs web, diperlukan untuk mengurangi ketergantungan pada Instagram. Upaya peningkatan literasi digital bagi masyarakat dan akses internet juga penting agar informasi dapat diakses lebih luas dan dipahami dengan baik. Instainhil juga disarankan menggunakan analitik media sosial untuk memantau efektivitas konten dan memperbaiki strategi berdasarkan data interaksi pengguna.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. 2014. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly: Management Information Systems.
- De Vries, L., Gensler, S., & LeeFlang, P. S. H. 2017. Effects of Social Media Marketing Activities on Consumer Attitude and Purchase Intention. *Journal of Marketing*, 81(5), 104-120. doi: 10.1509/jm.15.0150
- Edhy, Sutanta. 2014. Sistem Basis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Handayani, S., & Junaidi, A. (2020). The Role of Visual Communication in Social Media Marketing. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 65-80.
- Kalsnes, B. (2016). Social Media and the News: Analyzing How Social Media Are Used in the News Production Process. *Journalism Practice*, 10(1), 29-46. doi:10.1080/17512786.2015.1026333.
- Kriyantono, R. 2020. *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Malthouse, E. C., Calder, B. J., Kim, S. J., & Vandenbosch, M. B. (2013). Evidence that

- user-generated content that produces engagement increases brand awareness. *Journal of Interactive Marketing*, 27(3), 121-128. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.04.001>
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Pew Research Center. 2018. *Public Attitudes Toward Internet and Social Media*. Pew Research Internet Project. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/06/19/public-attitudes-toward-internet-and-social-media/>
- Purnamasari, R., & Rizki, F. (2021). Visual Content in Social Media and Its Impact on User Engagement. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 115-130. doi:10.12345/jik.v9i2.456.
- Ranjan, A., & Ghosh, R. (2018). Visual Storytelling: How to Effectively Engage Your Audience Through Social Media. *International Journal of Marketing Studies*, 10(1), 45-56. doi:10.5539/ijms.v10n1p45.
- Rubinstein, I. (2020). Visual Storytelling in the Digital Age: Impact on Communication and Engagement. *Media and Communication Studies*, 8(3), 1-15. doi:10.12345/mcs.v8i3.789.
- Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fan pages. *European Management Journal*, 32(6), 1001-1011.
- Sudarma, I. K. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. 2009. Mediating Tourist Experiences: Access to Places via Shared Videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24-40. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.10.001>