

PELATIHAN KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) DI KABUPATEN PANGANDARAN

Iriana Bakti¹, Suwandi Sumartias², Trie Damayanti³ dan Aat Ruchiat Nugraha⁴

1. Prodi Humas Fikom Unpad
2. Prodi Humas Fikom Unpad
3. Prodi Humas Fikom Unpad
4. Prodi Humas Fikom Unpad

Email: irianabaktipr@gmail.com

TOURISM COMMUNICATION TRAINING BASED ON SOCIAL MEDIA (INSTAGRAM) IN KABUPATEN PANGANDARAN

Abstract

Kabupaten Pangandaran has many tourist objects, both beaches, tracing rivers and caves, and culture that still requires more intensive tourism promotion. Promotions carried out so far include using social media, but in reality there are still weaknesses in uploading photos of exotic attractions, compiling narratives about the attractions offered, and so on. For this reason, an effort is needed to increase communication knowledge and skills through social media (especially Instagram) for Kelompok Penggiat Pariwisata (Kompepar) or Tourism Activist Group. The purpose of this training is to build knowledge, and skills of Kompepar members in using Instagram social media to promote tourist destinations. The method used in this training is face-to-face lectures about the concepts of social media, and the practice of using these media in promoting tourism objects. The results achieved in this training were to increase the knowledge and skills of Kompepar members in using Instagram social media seen from the selection of content, participation in responses (likes), and participation in giving comments. In conclusion, the most chosen content by Kompepar members from Instagram social media is information, entertainment and education. The participation of Kompepar members in responding to "likes" is very high because this "like" sign is a virtual friendship network in order to exchange messages. Whereas the participation of Kompepar members in using Instagram social media with comments on each post that appears, selects, and blocks accounts that are considered negative.

Keywords: promotion, tourism, social media, Instagram, kompepar; content selection

Abstrak

Kabupaten Pangandaran merupakan destinasi wisata yang memiliki banyak objek wisata, baik wisata pantai, penelusuran sungai dan goa, maupun budaya yang masih memerlukan promosi wisata yang lebih intensif kepada khalayak luas agar mereka bisa mengetahui, merasakan, dan datang berkunjung ke Pangandaran. Untuk itu diperlukan suatu upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan berkomunikasi berbasis teknologi informasi berupa media sosial (instagram) di kalangan penggiat wisata yang tergabung ke dalam Kelompok Penggiat Pariwisata (Kompepar). Tujuan pelatihan ini adalah untuk membangun pengetahuan, dan keterampilan anggota Kompepar berupa perilaku dalam menggunakan media sosial instagram untuk mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ceramah tatap muka tentang konsep-konsep media sosial, dan praktek penggunaan media tersebut dalam mempromosikan objek wisata. Hasil yang dicapai dalam pelatihan ini adalah meningkatkannya pengetahuan dan keterampilan anggota Kompepar dalam menggunakan media sosial instagram dilihat dari pemilihan kontennya, partisipasi dalam merespon (*like*), dan partisipasi dalam memberi komentar. Simpulannya, konten yang paling banyak dipilih oleh anggota Kompepar dari media sosial instagram adalah informasi, hiburan, dan edukasi. Partisipasi anggota Kompepar dalam merespon "like" sangat tinggi karena tanda "like" ini merupakan jaringan pertemanan virtual dalam rangka pertukaran pesan. Sedangkan partisipasi anggota Kompepar dalam menggunakan media sosial instagram dengan memberi komentar pada setiap postingan yang muncul, menyeleksi, dan terkadang memblokir akun yang dianggap negatif.

Pendahuluan

Pariwisata saat ini merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat strategis. Oleh karena itu, Pemkab Pangandaran berusaha mewujudkan Pangandaran sebagai kawasan wisata berkelas dunia agar wisatawan lokal dan mancanegara semakin banyak berkunjung untuk melihat dan menikmati objek wisata alam maupun budaya.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, dibantu oleh dinas terkait, dan komunitas penggerak pariwisata di Pangandaran dengan melakukan penataan dan peningkatan, perbaikan, dan pemeliharaan infrastruktur menuju objek wisata, seperti pemindahan

PKL dari Pantai Barat dan Pantai Timur ke gedung baru sebagai pusat perbelanjaan yang dibangun untuk merelokasi para PKL tersebut.

Demikian pula dengan objek wisata yang lain dilakukan penataan supaya lebih menarik, seperti penataan dan perbaikan infrastruktur Pantai Pasir Putih, Pantai Batu Karas, Pantai Karang Nini, dan Pantai Batu Hiu. Termasuk beberapa objek yang berbasis alam (*geopark*) yang belum dikembangkan secara profesional oleh pemerintah maupun kelompok penggiat wisata sebagai sasaran pengembangan modal peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam berbagai aspek, terutama pada peningkatan potensi wisata bahari.

Selain penataan objek wisata, diperlukan juga promosi wisata yang lebih intensif kepada khalayak luas agar mereka bisa mengetahui, merasakan, dan datang berkunjung ke Pangandaran. Promosi wisata ini merupakan tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membangun pengetahuan, membangkitkan perasaan, dan akhirnya melakukan tindakan tertentu di wilayah Kabupaten Pangandaran.

Salah satu pemangku kepentingan dalam mengelola dan mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran adalah para penggiat wisata yang tergabung ke dalam Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar). Mereka adalah mitra pemerintah yang harus dipelihara, karena kontribusinya dalam pengembangan pariwisata sangat signifikan. Kemitraan harus dibangun dalam rangka mengkolaborasi berbagai sumber daya potensial yang memiliki tujuan yang sama (Hayati, 2017), serta memiliki kesamaan pemikiran, dan kepercayaan (Rahajeng and Manaf, 2015).

Pada umumnya anggota Kompepar sudah melek media sosial, namun terkadang dalam menggunakannya untuk tujuan promosi destinasi wisata masih harus dipoles lagi supaya mereka lebih terampil dalam menentukan objek wisata, cara menulis narasi yang menarik, dan menyentuh emosi, menciptakan trik fotografi agar lebih *eye catching*

Berdasarkan permasalahan awal dari hasil pengamatan di lapangan dan yang dihadapi oleh anggota kelompok penggiat wisata di Kabupaten Pangandaran tersebut, maka diperlukan suatu upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan berkomunikasi berbasis teknologi informasi berupa media sosial (instagram) di kalangan penggiat wisata yang tergabung ke dalam Kelompok Penggiat Pariwisata (Kompepar). Keterampilan dalam menggunakan media sosial ini dapat memviralkan konten (Wiwiek, 2016)

Penggiat wisata merupakan salah satu ujung tombak bagi pengembangan pariwisata di suatu daerah. Mereka merupakan komunitas yang menjadi mitra pemerintah/instansi terkait yang berperan penting pengelolaan destinasi wisata. Oleh karena itu komunitas penggiat wisata dapat mengatur, bahkan memiliki obek wisata tersendiri, sehingga melahirkan pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*), yang menurut Anstrand (2006),

“sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya, diatur dan dimiliki oleh komunitas, untuk komunitas”.

Media sosial adalah salah satu media di mana para penggunanya dapat berkreasi, berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten berupa blog, wa, instagram, facebook, dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu alat dalam berinteraksi, dan bertukar informasi yang digunakan oleh anggota Kompepar dalam menjalankan aktivitas kepariwisataan di Kabupaten Pangandaran.

Menurut Shirky, dalam Nasrullah (2018:11):

“Media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi”.

Selanjutnya Nasrullah (2018: 16-34) menyatakan, bahwa media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. **Jaringan (*Network*)**

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (offline) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak, akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat.

2. **Informasi (*Information*)**

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial, sebab pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. **Arsip (*Archive*)**

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karkter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Inilah kekuatan media sosial, sebagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi.

4. **Interaksi (*Interactivity*)**

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda.

5. **Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)**

Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil.

6. **Konten Oleh Pengguna (*User-Generated Content*)**

Di Media Sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalyak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. **Penyebaran (*Sharing*)**

Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh penggunanya.

Media sosial ini merupakan media baru yang karakteristiknya berbeda dengan media *mainstream* yang sudah dikenal selama ini. Karakteristik yang sangat menonjol dari media sosial atau media baru ini adalah tingkat interktivitasnya yang sangat tinggi.

Menurut Flew (2002):

“Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new me-dia* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media”.

Untuk membangun pengetahuan dan keterampilan penggiat wisata dalam mempromosikan objek wisata di Kabupaten Pangandaran melalui media sosial tersebut, maka diperlukan suatu pelatihan tentang konsep media sosial, dan aplikasinya, sehingga mereka yang menggunakannya tidak asal memposting, tetapi postingannya tersebut dapat menghasilkan produk promosi pariwisata yang efektif.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan yang disampaikan melalui metode ceramah dan praktek pemostingan objek wisata melalui media sosial (instagram) bagi para penggiat pariwisata di wilayah Kabupaten Pangandaran. Alasan peserta ini dipilih karena pada umumnya para penggiat wisata ini diproyeksikan sebagai sekelompok orang yang dapat memajukan kepariwisataan serta sebagai titik ungkit yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah sekitar objek pariwisata di Kabupaten Pangandaran.

Tujuan pelatihan ini adalah untuk mendapatkan pengembangan pengetahuan, penanaman konsep dan keterampilan dalam hal *softskill* di bidang komunikasi pariwisata berbasis media sosial. Kegiatan PKM yang ini dilaksanakan sebagai bagian dari realisasi pemecahan masalah mengenai komunikasi pariwisata yang dihadapi oleh para penggiat pariwisata (Kompepar) di Kabupaten Pangandaran.

Sebelum diberikan materi tentang media sosial, terlebih dahulu dilakukan *pre test*, dan *posttest* dengan menyebarkan angket sebagai instrumen yang berisi 10 pertanyaan tentang konsep media sosial.

Hasil Dan Pembahasan

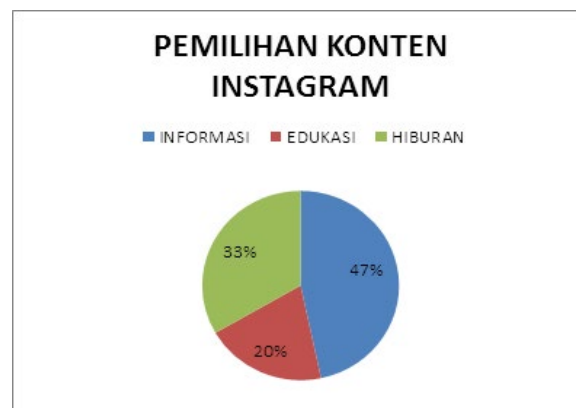
Pelaksanaan PKM di Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran merupakan proses belajar dan pengalaman para anggota Kompepar, berupa proses perubahan tingkat kesadaran subyektif yang pasif menjadi tingkat kesadaran yang tinggi/aktif dalam menerjemahkan realitas. Pengalaman ini menjadi bekal pengetahuan mereka untuk melakukan aktivitasnya dalam mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran.

Keberadaan Kompepar ini sangat penting, karena mereka merupakan salah satu pemangku kepentingan yang merupakan mitra pemerintah Kabupaten

Pangandaran dalam pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Oleh karena itu, Pemerintah perlu menjaga kemitraan tersebut, karena menurut (Hayati, 2017), kemitraan dapat mengkolaborasi berbagai sumber daya potensial untuk mencapai tujuan yang sama. Namun demikian, kemitraan dapat terwujud apabila di antara pemangku kepentingan memiliki kesamaan pemikiran, dan kepercayaan (Rahajeng and Manaf, 2015).

Kompepar merupakan sumber daya potensial yang memiliki kesamaan pemikiran, dan kepercayaan di antara anggotanya dalam membantu pemerintah Kabupaten Pangandaran, karena kemampuannya dalam memanfaatkan media sosial (instagram) sebagai alat utama bagi anggota Kompepar dalam mengirim dan menerima informasi yang berkaitan dengan masalah kepariwisataan di Kabupaten Pangandaran. Oleh karena itu, Kompepar yang memanfaatkan media sosial ini disebut sebagai komunitas daring. Komunitas ini menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berpromosi, sosialisai dan berkomunikasi baik dengan pengguna lain maupun dengan anggota komunitasnya sendiri. (Wenday Dwi Novi Kurniawati, 2016).

Perilaku penggunaan media sosial oleh mereka dapat dilihat dari pemilihan kontennya, partisipasi dalam merspon (*like*), dan partisipasi dalam memberi komentar, di mana hasilnya dapat dilihat sebagai berikut:



Gb.1 Pemilihan Konten Instagram Oleh Anggota Kompepar

Berdasarkan Gb. 1 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas anggota Kompepar, yaitu 47% memilih konten instagram untuk bertukar informasi, 33% untuk hiburan, dan 20% untuk edukasi. Dengan demikian, mayoritas anggota Kompepar memanfaatkan media sosial instagram untuk bertukar informasi. Penggunaan media sosial yang mengedepankan persebaran informasi merupakan sistem viral yang dilakukan oleh para penggunanya. (Wiwick, 2016)

Pemanfaatan instagram sebagai media untuk bertukar informasi menunjukkan bahwa media ini merupakan sumber informasi yang penting, karena sangat mudah dan praktis dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Selain itu, dengan berselancar di instagram para anggota Kompepar dapat berinteraksi sesuai dengan

kepentingannya masing-masing. Dengan demikian, para pengguna satu sama lain dapat dengan mudah berbagi informasi dan bekerja sama untuk melakukan promosi (Wenday Dwi Novi Kurniawati, 2016)

Selain sebagai media informasi, instagram juga digunakan oleh anggota Kompepar sebagai media untuk hiburan. Kreativitas yang terdapat dalam media sosial instagram sangat memungkinkan penggunanya untuk memanfaatkan media tersebut untuk sekedar memperoleh hiburan sesuai dengan kebutuhannya. Para anggota Kompepar merasa puas, karena bisa mengalihkan perhatiannya dari sesuatu yang membosankan ke arah suasana hati yang lebih baik. Hiburan ini merupakan komponen kepuasan (Innova, 2005). Instagram ini dapat membangkitkan pengalaman yang menyenangkan, karena memiliki daya tarik, keseruan, dan tren yang berkembang di dalamnya, sehingga konten-kontennya secara estetika menyenangkan bagi audiens. (Ayutiani, Primadani and Putri, 2018)

Pemanfaatan media instagram lainnya oleh anggota Kompepar adalah sebagai media pembelajaran. Dengan instagram, proses belajar-mengajar dapat dilakukan dengan optimal oleh mereka, karena tidak terikat oleh ruang dan waktu, sehingga hasilnya dapat diperoleh secara efektif. Media pembelajaran ini merupakan wahana penyalur pesan dan informasi belajar yang dapat membantu pengguna dalam memahami materi pelajaran. Oleh karena itu, fungsi media dalam kegiatan pembelajaran bukan sekedar alat peraga, tetapi juga bagi guru sebagai pembawa informasi/pesan pembelajaran (Muhson, 2010). Efektivitas pembelajaran melalui instagram ini bisa terjadi, karena kontennya tidak sekedar teks saja, tetapi dilengkapi juga dengan gambar, animasi, dan lain lain, sehingga dapat memaksimalkan daya tangkap anggota Kompepar untuk mengembangkan diri dan wawasannya dalam rangka membangun kompetensi dan profesionalismenya dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pangandaran.

Perilaku lainnya yang ditunjukkan oleh anggota Kompepar ketika menggunakan instagram adalah dengan memberikan tanda “like”. Di mana mayoritas dari mereka selalu memberikan respon dengan memijit tanda “like” kepada *posting*-an orang lain, khususnya kepada sesama anggota Kompepar.

Memberi tanda “like” merupakan produk dari hubungan timbal balik antara pemosting konten dengan pengikutnya, yang biasa dilakukan dalam komunitas kompepar, namun yang dikhawatirkan respon tersebut menjadikan pemosting terobsesi untuk memburunya. Pengguna instagram mengakui menggunakan media tersebut untuk memenuhi keutuhan informasi gaya hidup kekinian dan kurang tertarik dengan kebutuhan informasi di luar semacam itu (Agung Prabowo dan Kurnia Arofah, 2017). Kondisi semacam ini dikhawatirkan berpengaruh pada perubahan perilaku penggunaan instagram oleh anggota Kompepar sebagai media promosi kepariwisataan di Kabupaten Pangandaran, menjadi media untuk berburu “like” saja, sehingga esensinya jadi hilang.

Namun demikian, pemberian tanda “like” oleh anggota Kompepar ketika merespon konten. mereka pada umumnya berharap mendapatkan balasan serupa pada setiap postingan yang disukainya sebagai bentuk pertemanan atau perhatian. Sebagai jejaring sosial, instagram merupakan media penyebaran informasi hanya dalam jaringan pertemanan (virtual), di mana mereka yang terlibat dalam petukaran pesan adalah orang-orang yang memang sudah tertarik dan percaya pada si pencipta pesan, yaitu teman (virtual) mereka sendiri. (Galuh, 2016).

Terbangunnya pertemanan dalam jejaring komunikasi melalui instagram, dan direspon oleh anggota lainnya dengan memberi tanda “like”, memudahkan anggota Kompepar dalam mengunggah gambar, foto, cerita tentang objek wisata di Kabupaten Pangandaran yang akan dipromosikannya. Komunikasi melalui foto yang dikemas secara kreatif dalam instagram menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian konsumen tentang tempat tujuan wisata. Aplikasi media sosial Instagram yang menonjolkan *sharing* foto atau gambar terbukti punya korelasi kuat dalam memengaruhi minat beli konsumen (Deru R. Indika, 2017).

Perilaku anggota Kompepar ketika menggunakan media sosial instagram adalah dengan memberi komentar pada setiap postingan yang berkaitan dengan objek wisata di Kabupaten Pangandaran, di mana ada 57% yang berpartisipasi dalam memberi komentar, sementara yang tidak berkomentar 45%. Perbedaannya memang hanya 5%.

Gb.3 Partisipasi Anggota Kompepar Dalam memberi Komentar Di Instagram

Dari gambar 3. Di atas nampak bahwa perbedaan yang memberi komentar dan tidak memberi komentar di instagram tidak terpaut jauh (5%), namun terlepas dari perbedaan intensitas partisipasi anggota Kompepar dalam memberi komentar tersebut, *platform* pada media sosial instagram dapat menjaga wadah berekspresi yang aman dan positif. Para anggota Kompepar dapat menyeleksi orang-orang yang akan memberi komentar terhadap setiap postingan mereka, bahkan bisa memblokir akun yang dianggap negatif. Sebagai jenis media baru, media sosial instagram merupakan aplikasi untuk *sharing* foto yang diunggah oleh pengunggah dan dilihat oleh Followers (pengikut), untuk selanjutnya di antara mereka dapat saling memberikan komentar (Ayuningthyas, Slamet Subagya and Siti Rochani, 2015)

Perilaku anggota Kompepar dalam menggunakan media sosial instagram, baik dalam pemilihan konten, merespon tanda “like”, maupun memberi komentar, menyeleksi, dan memblokir akun yang berkaitan dengan komunikasi kepariwisataan di Kabupaten Pangandaran telah menunjukkan bahwa mereka sudah melek terhadap media sosial. Kehadiran media sosial yang fleksibel dalam penggunaannya bagi mereka sudah menjadi kebutuhan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial yang fleksibel ternyata dapat menciptakan, memelihara, dan meningkatkan relasi individu dan

kelompok di dunia maya (Harry Susanto, 2017), sehingga terbangun interaktivitas di antara penggunaanya dalam memilih informasi yang dikonsumsi, mengendalikan informasi yang diproduksi, dan saling mengomentari atau memberikan tanda.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) merupakan salah satu pemangku kepentingan yang menjadi mitra pemerintah dalam pengembangan pariwisata di wilayah Kabupaten Pangandaran. Mereka merupakan entitas yang mampu mengkolaborasikan berbagai sumber daya potensial untuk mencapai tujuan yang sama dalam pengelolaan destinasi wisata yang didasarkan pada kesamaan dalam hal kepentingan pemikiran, dan kepercayaan, serta kemampuannya dalam memanfaatkan media sosial (instagram) untuk berkomunikasi.

Media sosial instagram digunakan oleh anggota Kompepar adalah untuk mengirim dan menerima informasi yang berkaitan dengan pengelolaan, dan mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran, karena media tersebut merupakan sumber informasi penting yang sangat mudah, dan praktis dalam mengaksesnya dalam rangka membangun kerja sama untuk melakukan promosi pariwisata.

Media Sosial instagram digunakan oleh anggota Kompepar sebagai media untuk hiburan, karena penampilannya menunjukkan kreativitas yang sangat memungkinkan penggunaannya memanfaatkan media tersebut untuk sekedar memperoleh hiburan sesuai dengan kebutuhannya, dapat membangkitkan pengalaman yang menyenangkan, karena memiliki daya tarik, keseruan, dan *trend* yang berkembang di dalamnya, sehingga secara estetika konten-kontennya menyenangkan bagi folowersnya.

Media sosial instagram lainnya oleh anggota Kompepar adalah sebagai media pembelajaran. Dengan instagram, sangat memungkinkan proses belajar-mengajar dapat berlangsung secara optimal oleh mereka, dan hasilnya lebih efektif, karena tidak terikat oleh ruang dan waktu. Media pembelajaran ini merupakan wahana penyalur pesan dan informasi belajar yang dapat membantu pengguna dalam memahami materi pelajaran. Oleh karena itu, fungsi media dalam kegiatan pembelajaran bukan sekedar alat peraga, tetapi juga bagi guru sebagai pembawa informasi/pesan pembelajaran

Partisipasi anggota Kompepar dalam menggunakan media sosial instagram adalah dengan memberi tanda "like" sebagai manifestasi dari pembentukan jaringan pertemanan (virtual), yang didasarkan pada ketertarikan dan kepercayaan pada teman virtual mereka yang terlibat dalam petukaran pesan.

Partisipasi anggota Kompepar dalam menggunakan media sosial instagram adalah dengan memberi komentar

pada setiap postingan yang muncul, menyeleksi orang-orang yang akan memberi komentar terhadap setiap postingan mereka, bahkan bisa memblokir akun yang dianggap negatif.

Daftar Pustaka

- Flew, Terry, (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press,
- Agung Prabowo dan Kurnia Arofah (2017) 'Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi', *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), pp. 256–269.
- Ayuningthya, P. V., Slamet Subagya and Siti Rochani (2015) 'Media Sosial Instagram Sebagai Panggung Peresentasi Diri Pada Siswa Sma Negeri 2 Karanganyar', *Jurnal Sosialitas*, 5(2), pp. 2–120. Available at: <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/view/10911>.
- Ayutiani, D. N., Primadani, B. and Putri, S. (2018) 'Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner', 3(1), pp. 39–59.
- Deru R. Indika, C. J. (2017) 'Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen', *Jurnal Bisnis Terapan*, 01(01), pp. 25–32.
- Galuh, I. G. A. A. K. (2016) 'Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk', *Ilmu Komunikasi*, 13(1), pp. 73–92.
- Harry Susanto, E. (2017) 'Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik', *Aspikom*, 3(3), pp. 379–398.
- Hayati, N. (2017) 'Kemitraan Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program CSR Batik Cap Pewarna Alami Di Pt. Semen Gresik Pabrik Tuban', *Sosiologi USK*, 11(1), pp. 43–50.
- Innova, E. I. (2005) 'Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia', 4(1), pp. 1–11.
- Muhson, A. (2010) 'Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi', *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, VIII(2), pp. 1–10. doi: 10.1634/theoncologist.2014-0097.
- Rahajeng, M. S. and Manaf, A. (2015) 'BENTUK-BENTUK KEMITRAAN PEMERINTAH, SWASTA DAN MASYARAKAT DALAM UPAYA KEBERLANJUTAN PROGRAM PENATAAN LINGKUNGAN PERMUKIMAN BERBASIS KOMUNITAS (Studi Kasus : Kabupaten Kendal dan Kota Pekalongan)', *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), pp. 112–119.
- Wenday Dwi Novi Kurniawati (2016) 'Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah', *Komuniti*, VIII(2), pp. 127–144. Available at: journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/download/2943/2443.

Wiwiek (2016) *Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan, Proceeding International Conference of Communication, Industry and Community 2016.*

Nasrullah, Rulli, (2018), *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Ssosioteknologi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.