

PEMANFAATAN MEDIA ONLINE (INSTAGRAM) TERHADAP WIRUSAHA PADA MAHASISWA

Ahmad Zamhari*¹, Bela Yunika Putri², Oktatia Anggraeni³, Tri Noviana⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Palembang, Indonesia

*Korespondensi: zamhariahmad1969@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

28 Desember 2022

Revised

28 Desember 2022

Accepted:

30 Desember 2022

Online Available:

31 Desember 2022

Kata Kunci:

Media Online,
Berwirausaha

Keyword:

Social Media,
Entrepreneurship

Licensed Under

a Creative Commons
Attribution 4.0
International License



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Media Online terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di Universitas PGRI Palembang. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara kepada 8 informan yang memiliki akun instagram dengan followers lebih dari 700 dengan teknik purposive sampling, dokumentasi dan triangulasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa instagram berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yaitu sebagai media promosi dan wadah untuk berjualan secara online sehingga tidak perlu bertemu langsung dengan konsumen. Dengan begitu mahasiswa tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk membuat brosur, dan tidak perlu menyewa tempat berjualan yang mahal. Namun minat atau rasa ketertarikan mahasiswa terhadap berwirausaha masih perlu ditingkatkan dan dilatih lagi. Sehingga media instagram dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa PGRI Palembang.

Abstract

This study aims to determine the effect of Online Media Utilization on Interest in Entrepreneurship in Students at PGRI Palembang University. Using a descriptive qualitative research method by conducting interviews with 8 informants who have Instagram accounts with more than 700 followers using purposive sampling, documentation and triangulation techniques. The results of the interviews show that Instagram plays a role in increasing student entrepreneurship interest, namely as a media promotion and a place to sell online so there is no need to meet directly with consumers. That way students don't have to spend a lot of money to make brochures, and they don't have to rent expensive places to sell. However, students' interest or interest in entrepreneurship still needs to be improved and trained again. So that Instagram media can increase interest in entrepreneurship for PGRI Palembang students.

PENDAHULUAN

Perdagangan pada zaman sebelumnya, dilakukan dengan cara bertemu langsung tetapi pada era saat ini hampir semua transaksi menggunakan sistem online. Sehingga internet menjadi kebutuhan sehari-hari. Sebagai pemakai media sosial kita harus bijak serta pintar untuk mengalihfungsikan serta melihat peluang usaha. Salah satu cara memanfaatkan internet yaitu dengan menciptakan peluang bisnis yang ada dengan menggunakan media online. Menurut Zarella dan Aditya, (2015:3) bahwa media sosial merupakan suatu situs yang dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan teman-teman yang ada di dunia nyata dan maya. Sedangkan menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Sebab hal itulah media sosial kini dianggap sebagai wadah untuk memfasilitasi transaksi jual beli yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus ikatan sosial. Jadi pembeli bisa melihat foto produk, video dan kelengkapan produk atau jasa yang di tawarkan dan bisa juga sebagai wadah yang baik untuk menampung kritik dari konsumen agar usaha makin baik dan berkembang.

Sehingga media berbasis internet ini berperan untuk saling berbagi ide, menciptakan kreasi, dan membangun komunitas melalui konten berupa pesan, gambar, dan video. Dimana dengan menggunakan media online saat ini dapat membuka lahan bisnis yang berpotensi besar bagi para calon wirausaha dan wirausaha yang sudah menjalankan bisnisnya sehingga mampu meningkatkan nilai penjualan dan kinerja usahanya, serta memberikan banyak keuntungan.

Menurut survey, pengguna internet di Indonesia sangat menggemari media sosial dilihat dari data hasil riset *We are Sosial Hootsuite* melalui databoks (2020), penggunaanya di Indonesia hingga 160 juta atau sebesar 59% dari total penduduk Indonesia. Rata-rata waktu yang digunakan untuk bermedia sosial adalah 3 jam 26 menit perhari (Databoks, 2020). Untuk aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan dapat dilihat dari data hasil riset *We are Sosial Hootsuite* melalui databoks yang dirilis pada tahun 2020 yaitu:

Tabel 1.

Media Sosial Paling Banyak di Gunakan di Indonesia Tahun 2020

Media Online	Presentase Penggunaan Media Online
1. Youtube	88% Pengguna
2. Whatsapp	84% Pengguna
3. Facebook	82% Pengguna
4. Instagram	79% Pengguna
5. Twitter	56% Pengguna

Sumber: Databoks.katadata.co.id, 2020

Ternyata media online paling banyak digunakan pada kelompok usia 16-64 tahun (Databoks, 2020). Meskipun Instagram hanya menempati urutan keempat, Instagram adalah salah satu aplikasi pilihan untuk memasarkan berbagai produk karena Instagram berfokus pada penggunaan gambar dan video yang kaya fitur. Tentunya dengan menggunakan Instagram, produk yang dipromosikan akan memiliki nilai lebih ketika ditampilkan pada akun Instagram yang memiliki banyak followers.

Para *influencer* (orang yang memasarkan produk) menggunakan akun Instagram mereka untuk memasarkan produk mereka sendiri dan produk orang lain. Jadi, semakin banyak pengikut yang dimiliki, semakin banyak peluang yang dimiliki konsumen untuk membeli.

Selain itu, Instagram juga memiliki tag foto yang dapat digunakan sebagai kata kunci terkait gambar. Semakin banyak tag yang dimasukkan membuatnya lebih mudah untuk menemukan foto. Tombol "Suka" juga dapat mengirimkan pesan bahwa video atau foto yang diunggah dan disukai banyak orang berarti foto atau video tersebut populer dan menarik. Sehingga seiring berjalannya waktu seorang pengusaha menyadari bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memasarkan produknya dan menghasilkan peluang bisnis dari media online.

Berdasarkan observasi awal terhadap mahasiswa khususnya jurusan PGSD, mereka adalah pengguna media online dan memiliki akun Instagram. Dari hasil observasi tersebut peneliti menemukan masih rendahnya minat berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya kurangnya percaya diri, kurangnya modal, kurang kreatif, dan rendahnya pengetahuan tentang kewirausahaan. Sebagai solusi, peneliti menawarkan solusi yakni sebagai berikut: "Membekali para mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang *entrepreneurship*, khususnya mahasiswa PGSD yang telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan."

TINJAUAN PUSTAKA

Media Online

1. Definisi Media Sosial

Menurut Romli (2012), media online disebut juga media siber, media internet, dan media baru, dapat juga diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web internet. Sosial media sendiri dapat dianggap sebagai generasi baru yang dapat dihitung setelah adanya media cetak (buku, koran dan majalah) serta media elektronik (televise, radio, dan pemutar video). Secara teknis, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk dalam kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, TV online, dan email.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa media online adalah media yang digunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi melalui jarak jauh.

2. Klasifikasi Media Online

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Nurkarima, 2018:13-14), media sosial dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

- a. Proyek kolaborasi website maksudnya, pengguna internet dipersilahkan untuk mengedit, mengurangi, ataupun menambah suatu konten. Contohnya: Wikipedia.
- b. Blog dan microblog maksudnya ialah wadah untuk menuangkan sesuatu hal yang dirasa, suatu pernyataan, atau pengalaman dan saran, contohnya: wordpress.
- c. Konten yaitu pengguna dapat menyebar luaskan suatu gambar, foto, video atau aktifitas yang ia sukai, contohnya: Facebook dan youtube.
- d. Situs jejaring sosial yaitu ruang yang membuat pemakaiannya terhubung dengan menggunakan data pribadi, contohnya: Instagram dan Facebook.
- e. Dunia game virtual yaitu tempat dimana pengguna dapat bercengkrama dengan pengguna lain menggunakan avatar masing – masing, contohnya: *free fire*, *mobile legends*, dan *PUBG (Player Unknown Battle)*
- f. Dunia sosial virtual adalah wadah yang menyediakan penggunaannya untuk hidup di dunia virtual dan berinteraksi dengan pengguna yang juga berada didalamnya.

3. Fungsi Media Online

Secara umum, media online berfungsi untuk memperluas interaksi sosial bagi penggunaannya dengan memanfaatkan teknologi internet. Sehingga penggunaan media online dapat berinteraksi dengan orang lain dari seluruh penjuru dunia.

4. Instagram

Instagram berasal dari kata instan dan telegram. Kata instan yaitu kamera polaroid, sedangkan kata telegram yakni aplikasi yang bisa menyampaikan informasi kepada orang lain dengan instan. Menurut Atmoko (dalam Adinda dan Pangestuti, 2019:177), Instagram merupakan aplikasi hp pintar yang mempunyai manfaat yang hampir sama dengan twitter namun perbedaannya pada pengambilan foto serta tempat untuk berbagi hal penting terhadap penggunaannya. Kesimpulannya instagram yaitu aplikasi untuk membagikan video dan foto dengan menggunakan efek digital agar tampilan foto lebih terlihat bagus dan menarik. Terdapat beberapa aktivitas yang ada di aplikasi Instagram. Menurut Sidiq (2017:25) antara lain:

- a. Follow adalah pengikut pertemanan dengan pengguna lain yang menggunakan instagram juga.
- b. Like adalah tombol yang disediakan untuk mengungkapkan bahwa seseorang menyukai postingan tersebut.
- c. Komentar adalah memberikan pujian, kritikan secara publik atau dapat di lihat orang lain atau secara terbuka

- d. Mentions adalah sebuah fitur untuk menambah pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba atau at (@) dan memasukkan instagram pengguna tersebut.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian kualitatif deskriptif, dimana peneliti memperoleh data yang bersifat apa adanya, dan lebih menekankan makna dari pada hasil.

Situasi Online

Penelitian kualitatif sendiri tidak mengeliminasi kata istilah populasi dan sampel, namun tidak dengan situasi sosial. Yang mana Situasi sosial itu sendiri dapat dibagi terbagi yaitu pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*). tempat (*place*). Tempat yang dimaksud adalah Universitas PGRI Palembang. Pelakunya yaitu orang yang akan memberikan informasi oleh peneliti dan aktivitas yaitu dengan mengamati dan mewawancarai para informan yang berjumlah 8 mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

a. Study Pustaka.

Observasi dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan di Univeristas PGRI Palembang dengan menggunakan bantuan lembar observasi dengan memberi tanda ceklist.

b. Wawancara.

Peneliti melakukan wawancara secara terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara kepada 8 mahasiswa dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 butir.

c. Pengamatan lapangan.

Peneliti melakukan pengamatan lapangan berdasarkan realita yang ada pada mahasiswa pgsd universitas PGRI Palembang di lapangan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu dengan menggunakan:

Trianggulasi "penelitian ini menggunakan trianggulasi teknik yaitu menggabungkan Teknik pengumpulan data yaitu study pustaka, wawancara dan pengamatan lapangan"

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan di Universitas PGRI Palembang yang beralamat di jln. jend. A . Yani, Lrg Gotong Royong 9/10 ulu, Palembang. Pelaksanaa penelitian dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan trianggulasi dengan beberapa narasumber yang terkait langsung dengan masalah minat berwirausaha khususnya mahasiswa PGSD. Terdapat 8

narasumber yang berhasil oleh peneliti yaitu mahasiswa yang memiliki akun Instagram dengan followers diatas 700. Adapun data informan yang berhasil diwawancarai oleh peneliti sebagai berikut:

Dengan mengambil 20 % mahasiswa dari jumlah mahasiswa di kelas yaitu: 38 orang = $38 \times 20\% = 7,6$. Sehingga kami mengambil 8 orang informan pada tabel berikut:

Tabel. 2
Data informan

No	Informan (Akun IG)	Nama Mahasiswa	Jumlah Followers
1.	Nfreka_	Reka Nurfadilah	1.178
2.	Saharatnaaa_	Ai Ratna Sahara	874
3.	Mardiyah_275	Siti Mardiyah	749
4.	Reva Nurania Cel	Reva Nurania	1.071
5.	Sinambelaoctyara	Octyara Sinambela	1.323
6.	ratika_indah.sari	Ratika Indah Sari	785
7.	Kikilestarihm	Kiki Lestari	806
8.	Rizkiaanisah_	Rizkia Anisah	1.111

Sumber: Peneliti (2020)

Setelah semua informan di wawancarai maka semua data hasil penelitian diuraikan dengan fokus pertanyaan sebagai berikut:

1) Minat Berwirausaha Mahasiswa PGRI Palembang Khususnya PGSD.

Apakah kalian berminat berwirausaha?.

Berdasarkan jawaban informan, sebagian besar mahasiswa memiliki minat berwirausaha yang tinggi sehingga mereka dapat memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada seperti berjualan di dalam kelas, berjualan dilingkungan kampus, serta berjualan melalui akun instagram yang mereka miliki.

2) Penyebab Kurangnya Minat Berwirausaha.

Apa saja yang menjadi penyebab kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha?.

Dapat disimpulkan bahwa penyebab kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha yaitu kurangnya rasa percaya diri, kurangnya modal, kurang kreatif, dan rendahnya pengetahuan tentang kewirausahaan.

3) Argumen mengapa narasumber Berani atau Tidak Berani untuk Berwirausaha.

Apa yang membuat Anda merasakan belum berani dalam berwirausaha ?.

4 informan bersedia membagikan informasi, mereka mengatakan bahwa pendapat mereka "sebenarnya berani untuk mempraktikan wirausaha" misal berjualah hijab, tas, makanan ringan dan meminimalisir rasa khawatir usahanya tidak berkelanjutan. Sedangkan 4 informan yang belum berani beralasan bahwa mereka kurang percaya diri dan takut akan produk yang dijual tidak laku dibeli oleh konsumen, kurangnya koneksi atau jaringan untuk memasarkan produk, sehingga khawatir usahanya tidak akan berjalan dan berkelanjutan.

- 4) Media Sosial Instagram.
Seberapa penting media sosial ini berpengaruh terhadap minat Anda?
Peneliti juga menanyakan perihal apakah Instagram berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha dan semua informan berpendapat bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha karena dewasa ini banyak para pengguna Instagram yang memanfaatkan akun instagram yang mereka miliki untuk menjual produk yang mereka hasilkan.

- 5) Pengaruh Tingkat Pendidikan Seseorang untuk Berwirausaha.
Menurut Anda apakah semakin tinggi pendidikan yang di tempuh seseorang bisa mempengaruhi rasa dari diri untuk berwirausaha?.
Berdasarkan hasil wawancara, 4 informan berpendapat bahwa tingkat pendidikan seseorang bisa memengaruhi orang tersebut untuk berwirausaha, dan 4 informan lainnya berpendapat bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak bisa memengaruhi orang tersebut untuk berwirausaha. Diperlukan nya minat, tekad, dan keberanian yang kuat.

- 6) Argumen mengapa semangat dari keluarga sangat dinanti untuk meniti karir berwirausaha.
Selain peluang online ini, apa lagi faktor yang membuat minat anda ingin berwirausaha?
7 dari 8 informan menjawab: Dukungan ini sangat diperlukan karena dengan dukungan, informan lebih bersemangat dan termotivasi untuk berwirausaha pada akhirnya hasil yang didapat bisa berguna dan membantu perekonomian keluarga.

- 7) Lingkungan dan Pergaulan dapat Memengaruhi Seseorang untuk Berwirausaha.
Apakah anda sependapat bahwa pergaulan mempengaruhi minat seseorang?
6 informan setuju dengan pernyataan tersebut. Sesuai dengan Motto yaitu melaju dengan mutu mutu yes. Dalam pergaulan dan pengalaman dari rekan yang berwirausaha secara langsung maupun tidak langsung dapat menghadirkan dampak baik yaitu menimbulkan rasa minat untuk mulai berwirausaha. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa lingkungan dan pergaulan pada dasarnya dapat mendorong mahasiswa untuk menumbuhkan jiwa wirausaha. Sehingga mahasiswa mempunyai semangat, kemampuan, dan pikiran untuk berwirausaha dengan baik.

- 8) Alasan Potensi dan Prestasi yang Tinggi dapat Memengaruhi Seseorang untuk Berwirausaha.
Dari ke 6 informan mereka berpendapat bahwa potensi dan prestasi yang tinggi dapat memengaruhi seseorang untuk memulai berwirausaha karena apabila seseorang sudah mengetahui potensi yang ada didalam dirinya sendiri maka orang tersebut akan dapat memulai berwirausaha sehingga perlahan prestasi akan

muncul sebagai apresiasi terhadap kemampuan dan keahlian yang dimiliki sehingga secara langsung dapat berkreaitivitas didalam usahanya sendiri.

KESIMPULAN

Diambil dari jawaban pertanyaan. Berdasarkan pengumpulan, pengolahan, dan penginterpretasian data, maka peneliti menyimpulkan bahwa minat rasa ketertarikan mahasiswa terhadap berwirausaha masih perlu ditingkatkan dan dilatih lagi. Hal itu disebabkan oleh mahasiswa yang merasa kurang memiliki rasa percaya diri, kurang kreatif, kurangnya modal serta tidak mau mengambil resiko kerugian dari sebuah usaha. Di tambah jika tidak ada dukungan dari pihak keluarga serta teman atau pergaulan yang mengecilkan minat tersebut. Namun keadaan tersebut dapat ditingkatkan dengan adanya peran media sosial instagram yang mereka miliki. Apabila mahasiswa memiliki akun instagram yang memiliki banyak followers maka kemungkinan besar produk yang dijual akan semakin banyak yang membeli. Dan dengan media online ini mahasiswa tidak perlu bertemu langsung dengan konsumen, sehingga meminimalisir rasa gugup, tidak percaya diri serta rasa malu. Oleh karena itu peneliti dapat memastikan bahwa peran media sosial instagram dapat meningkatkan rasa ingin berwirausaha pada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S dan Pangestuti, E. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @EXPLORMALANG TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI (SURVEY PADA FOLLOWERS @EXPLOREMALANG). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 72 Nomor 1 Juli 2019.
- Aditya, R. (2015). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP FOTOGRAFI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI. Pekanbaru, *Jurnal Online Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Volume 2 Nomor 2
- Anwar, M. (2014). PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN TEORI DAN APLIKASI. Jakarta: Kencana. Databoks.(2020). 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10>. Diakses pada 11 Juni 2020.
- Fikrian, M. (2018). ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Kashmir. (2011). KEWIRAUSAHAAN. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kaplan dan Haenlein (dalam Nurkarima, 2018:13-14), MEDIA SOSIAL
- Nordiana, E. (2014). PERAN JEJARING SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENINGKAT MINAT BERWIRAUSAHA UNTUK BERBISNIS ONLINE (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU EKONOMI

- UNIVERSITAS BRAWIJAYA). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Volume 2 Nomor 2 tahun 2014.
- Rahayu, E.S. dan Laela, S. (2018). PENGARUH MINAT BERWIRUSAHA DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEWIRUSAHAAN MAHASISWA. Jurnal Pengembangan Wiraswasta. Volume 20 Nomor 03 Desember 2018.
- Romli (2012), PENGERTIAN MEDIA ONLINE. Skripsi: sriwijaya.
- Sidiq, A. (2017). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDY AKUN @FUADBAKH). Skripsi. Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Suryana, Y dan Bayu, K. (2010). KEWIRUSAHAAN PENDEKATAN KARAKTERISTIK WIRUSAHAWAN SUKSES. Jakarta: Kencana.
- Van Dijk dalam Nasrullah, Rulli. 2015. MEDIA SOSIAL; PERSFEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA, DAN SOSIOTEKNOLOGI. Bandung :Simbiosis Rekatama Media.