

# ANALISIS MEDIA SIBER PADA AKUN INSTAGRAM @POTONGANFILM SEBAGAI RUANG KOMUNITAS VIRTUAL

<sup>1</sup>Valen Anandayan, <sup>2</sup>Vani Dias Adiprabowo

<sup>1,2</sup>Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Kab. Bantul 55191, D.I. Yogyakarta

<sup>1</sup>valen1900030198@webmail.uad.ac.id, <sup>2</sup>vani.adiprabowo@comm.uad.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memahami aktivitas interaksi pada komunitas virtual serta unsur komunikasi visual yang terjadi di dalam akun instagram @potonganfilm. Akun instagram @potonganfilm merupakan satu dari sekian banyaknya media online yang menciptakan komunitas virtual dengan penyajian konten yang menarik mengenai film sebagai lingkup informasinya. Akun instagram @potonganfilm mampu membentuk komunitas virtual dengan terciptanya interaksi, diskusi, serta bertukar pikiran antar pengguna. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan etnografi virtual melalui pendekatan analisis media siber yang mencakup 4 level, yaitu level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa level ruang media pada akun tersebut berisikan informasi dan review film opini pemilik akun tersebut dengan menampilkan grafis informasi beberapa film. Pada level dokumen, unggahan yang disajikan akun instagram @potonganfilm meliputi; judul film, tahun film, tahun film, poster film, dan screenshot potongan film (legal). Serta akun ini telah memenuhi unsur komunikasi visual yaitu: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, dan tipografi. Pada objek media, interaksi dan aktivitas para pengikut ialah memberikan komentar pada postingan. Level pengalaman media, sebagian besar pengikut mengikuti akun tersebut karena mendapatkan informasi tentang film dengan penyajian yang menarik.

Kata kunci: instagram, komunitas virtual, media siber, netnografi, review film

## Abstract

This research was conducted with the aim of understanding interaction activities in virtual communities as well as elements of visual communication that occur in the Instagram account @potonganfilm. The Instagram account @potonganfilm one of the many online media that creates a virtual community by presenting interesting content about films as their scope of information. The Instagram account @potonganfilm is able to form a virtual community by creating interactions, discussions and exchanging ideas between users. This study uses a qualitative method with virtual ethnography through a cyber media analysis approach which includes 4 levels, namely the media space level, the media document level, the media object level, and the experience level. The results of this study indicate that the level of media space on the account contains information and film reviews and opinions of the account owner by displaying information graphics on several films. At the document level, uploads presented by the Instagram account @potonganfilm include; film title, film year, film year, film poster, and screenshots of film cuts (legal). As well as this account has fulfilled the elements of visual communication, namely: line, shape, texture, darkness, size, color, and typography. In media objects, the interaction and activity of followers is to provide comments on posts. The level of media experience, most of the followers follow the account because they get information about films with an interesting presentation.

Keywords: instagram, virtual community, cyber media, netnography, film review

## PENDAHULUAN

Hadirnya internet telah menjadikan media online sebagai pusat penyebaran informasi. Karena sifatnya yang luas, internet sebagai penyebaran informasi mampu dijangkau dimana saja, dan kapan saja, serta

informasi yang mudah didapatkan (Awalun et al., 2023). Berdasarkan data survey Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2022-2023 pengguna internet di Indonesia telah mencapai 215,63 juta orang. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada survey sebelumnya yaitu sebanyak 210,03 juta. Jumlah pengguna internet yaitu 78,19% dari total populasi Indonesia yaitu sebanyak 275,77 juta jiwa.

Media sosial merupakan cakupan pada media *online* ini dengan menyediakan bermacam aspek seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Tiktok*, dan lainnya sebagainya (Joshua & Junaidi, 2022). Salah satu media sosial dengan banyak penggunanya yaitu *Instagram*. Media sosial ini memungkinkan untuk bisa mengunggah apa saja yang kita inginkan terlebih pengguna aktif *instagram* bisa menjadi komunikator maupun komunikasi, karena saat akan mengunggah sebuah informasi atau konten, pengguna memungkinkan untuk berbagi informasi, pandangan, dan pengalaman mereka dengan pengguna lainnya. (A. Saputra & Rachmaria, 2020).

Akun *Instagram* @potonganfilm merupakan salah satu dari sekian banyaknya akun *instagram* yang memberikan informasi dan wadah berbagi pengalaman antar penggunanya. Akun ini telah dibuat pada Juli 2016 silam dengan memberikan penyajian berupa informasi mengenai *trend* atau *update* dan juga *review* tentang film yang sudah tayang maupun segera tayang. Saat ini jumlah

pengikut akun *Instagram* @potonganfilm telah mencapai 1.3 juta *followers*. Akun *instagram* @potonganfilm merupakan akun ulasan film, dengan informan memberi sajian berupa *honest review* (ulasan sejujurnya) atau opini, dalam artian hanya mengungkapkan pendapat dari pemilik akun saja. Dengan banyaknya pengguna yang mengikuti akun tersebut, media ini bisa menjadi wadah media informatif sebagai media yang memberikan informasi, hiburan, serta terjadinya interaksi di dalamnya. Karena pada dasarnya media *online* bisa digunakan untuk berbagi pengalaman dan inspirasi (Prihatiningsih, 2017). Akun *instagram* @potonganfilm sebagai tangan kedua atau perantara sekaligus memberikan informasi yang sifatnya memberikan *feedback*, karena di *instagram* dapat memperoleh saran dan *review* (ulasan) berupa sebuah sajian konten terhadap sebuah film baik yang akan ditayangkan maupun yang segera tayang tayang (P. D. Saputra, 2019).

Peran akun *Instagram* @potonganfilm menjadi media yang interaktif, dikarenakan pengikut akun *Instagram* tersebut memiliki minat dan ketertarikan yang sama, sehingga akun @potonganfilm menjadi media saling memberikan pengalaman dan bertukar pikiran. Hal ini menciptakan komunitas virtual yang dibentuk oleh sejumlah pengguna internet atas dasar kesadaran sebagai tanggapan pada suatu rangsangan (McQuail, 2011). Akun *instagram* @potonganfilm

merupakan akun ulasan film, dengan informan memberi sajian berupa *honest review* (ulasan sejujurnya) atau opini, dalam artian hanya mengungkapkan pendapat dari pemilik akun saja. Setidaknya akun *Instagram @potonganfilm* memberikan kurang lebih tiga unggahan konten tiap harinya terkait informasi film. Hal ini pula tentunya akan memberikan sikap positif dari penikmat film dikarenakan mendapatkan informasi serta diskusi antar penggunanya. Sebutan "konten" dalam lingkup media digital mengacu pada segala jenis informasi yang dapat disimpan sebagai file, seperti teks, foto, suara, dan video (Akbar et al., 2022).

Komunitas virtual memungkinkan penikmat film untuk berbagi informasi dan pandangan mereka tentang film tanpa harus bertemu secara langsung. Anggota komunitas virtual pada umumnya memiliki kesamaan minat, lalu secara berkelanjutan terjadi interaksi dengan pengguna lainnya untuk bertukar pikiran, pandangan, dan informasi (Pertwi & Rusadi, 2022). Dalam hal ini, akun *@potonganfilm* memanfaatkan platform *instagram* sebagai sarana untuk berbagi informasi dan ulasan serta diskusi mengenai film dengan penggemar film atau pengikut akun tersebut. Sebuah ulasan ini akhirnya diterima dan memberikan pengaruh pada audiens media seperti terjadinya interaksi yang secara virtual (Akbar et al., 2022).

Komunitas virtual memungkinkan orang untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain dari jarak jauh, baik

melalui suara, teks, gambar, atau video. Berdiskusi dan berinteraksi dapat dilakukan dalam sebuah forum media *online* dengan pengguna saling memberikan komentar pada suatu topik yang sedang hangat dibicarakan (Jaafar et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, akun *instagram @potonganfilm* sebagai platform media sosial dapat menjadi sarana bagi penikmat film untuk terhubung dan berinteraksi dengan penggemar film lainnya. Komunitas virtual juga dapat memungkinkan pengguna untuk mendapatkan akses informasi terbaru dan terkini tentang film-film baru, ulasan film, serta pandangan atau opini dari orang lain tentang film. Pengguna dapat saling melakukan komunikasi atau interaksi dan terkoneksi pada tiap anggota dalam sebuah komunitas (Evelina, 2019).

Komunitas virtual memiliki budayanya sendiri dalam penerapannya. Dalam penelitian ini akun *instagram* sebagai *field* (lingkup penelitian) dan akun *@potonganfilm* sebagai komunitasnya. Dengan memahami ruang siber, didalamnya terdapat orang-orang yang saling berinteraksi satu dengan lainnya dengan kesukaan yang sama. Pengguna lebih dimudahkan dengan adanya komunitas virtual dikarenakan dapat diakses dengan mudah dan lebih terbuka dibandingkan dengan komunitas *offline* (McQuail, 2011). Oleh karena itu, pada akun *Instagram @potonganfilm* ini bukan hanya sekedar informan (pemilik akun) mengunggah sebuah "konten", melainkan juga menciptakan ruang diskusi yang sifatnya

unformal dengan banyaknya pendapat dari berbagai kalangan pengguna *instagram*. Pengguna secara tidak langsung menciptakan *cyberspace* atau ruang komunitas virtual dengan budayanya sendiri (Armananti & Asteria, 2019). Begitu pula dengan penyajian konten dengan unsur komunikasi visualnya yang dapat membentuk komunitas virtual dan diskusi ini terjadi. Sebuah *platform* digital dapat dikatakan berhasil jika konten yang disajikan berdampak pada interaktivitas yaitu keterlibatan *audience* untuk berdiskusi melalui media tersebut (Saifudin et al., 2022). Informan harus bisa memberikan penyajian yang efektif berupa isi pesan, dan pemilihan media sehingga audiens dapat memberikan umpan balik (Permassanty & Muntiani, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan masalah bagaimana aktivitas interaksi pada komunitas virtual yang terjadi di dalam akun *instagram* @potonganfilm, serta bagaimana unsur komunikasi visualnya sehingga mendapatkan pemenuhan informasi dan diskusi yang terjadi di komunitas virtual. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk ingin mengetahui bentuk interaksi di dalamnya serta bagaimana unsur komunikasi visual yang terjadi pada akun tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini yaitu netnografi. *Netnography* adalah salah satu pendekatan kualitatif yang mana membahas

penelitian sosial dengan menggunakan internet sebagai sumber data. Data yang didapatkan adalah dari hasil observasi melalui cara berkomunikasi pada suatu komunitas atau budaya (Evelina, 2019). Netnografi dikenal dan populer dalam penelitian tentang perilaku konsumen dan budaya *online*. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri (Kozinets, 2010).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pendekatan etnografi virtual, yaitu suatu penelitian yang memahami komunikasi dan perilaku pengguna. Etnografi virtual merupakan penelitian pada netnografi yang memberikan pemahaman terkait implikasi dan signifikansi pengguna. Dengan penerapan etnografi virtual, diharapkan dapat mengetahui aktivitas pengguna di komunitas virtual (Mayasari, 2022). Penelitian dengan metode netnografi bukan hanya penelitian yang observasional melainkan juga bergabung dan turut berpartisipasi dalam komunitas virtual (Muntu et al., 2021). Metode yang ditawarkan adalah Analisis Media Siber (AMS) yaitu melalui empat level sebagai berikut; Ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman (Nasrullah, 2018). Netnografi menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi,

wawancara *online*, dan analisis konten untuk memahami budaya dan perilaku sosial dalam komunitas *online*.

Metode ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana interaksi yang terjadi di dalam akun *instagram* @potonganfilm serta bagaimana unsur komunikasi visualnya sehingga mendapatkan pemenuhan informasi dan diskusi yang terjadi di komunitas virtual. Pada penelitian ini memiliki fokus yaitu sebagai berikut; bagaimana bentuk interaksi yang terjadi pada akun *instagram* @potonganfilm sebagai media informasi melalui konten review film? Bagaimana struktur komunikasi visual pada konten yang disajikan akun *instagram* @potonganfilm?

Dalam penelitian ini, sumber data yang diambil menggunakan data primer dan data sekunder. Sumber data primer yang peneliti lakukan adalah unggahan konten review film dengan *caption* terdapat “#potonganfilm” diikuti dengan judul film. Sumber data sekunder yang peneliti lakukan berasal dari informasi penelitian sebelumnya, buku, artikel, jurnal, maupun dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Wawancara yang dilakukan adalah mewawancarai pengikut akun tersebut dengan dilakukannya secara *online* melalaui *Direct Message* dan *Whatsapp*. Observasi digunakan sebagai data pendukung dari subjek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap akun *instagram*

@potonganfilm dan juga terhadap pengikut akun tersebut.

Teknis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknis analisis data yang dikemukakan oleh (Milles & Huberman, 1992), yang mana dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada dasarnya, reduksi data adalah teknik analisis data untuk penelitian kualitatif. Reduksi data digunakan dalam penelitian ini untuk menyederhanakan data mentah yang berasal dari catatan lapangan, hasil wawancara narasumber, dan pencatatan materi di akun *instagram* @potonganfilm serta untuk menyeleksi, mengkategorikan, dan mengarahkan data yang terkumpul setelah penelitian dilakukan. Penyajian data yaitu dengan menganalisis data, hasil wawancara dengan informan, dan temuan hasil observasi dalam bentuk tulisan. Dalam hal ini, penyajian data menggunakan metode empat level Analisis Media Siber. Lalu penarikan kesimpulan, guna untuk mengetahui hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun *instagram* @potonganfilm sudah memiliki 1,3 juta *followers*. Dengan jumlah yang terus bertambah, mereka tetap mempertahankan penyajian yang dikemas dengan menarik mengenai informasi film. Sajian *feeds* konten review film pada akun ini memiliki struktur seperti; pada halaman depan pemberian judul film, poster, dan tahun film

ini tayang, lalu halaman selanjutnya yaitu *screenshot* potongan film yang diambil secara legal melalui *trailer* resmi dari kanal *youtube production house* film tersebut. Selanjutnya pemberian *caption* berupa sinopsis film, Genre, *review* pribadi mengenai film tersebut, pemberian *rating* pribadi, *rating* IMDb, dan durasi. Hasil penelitian ini diperoleh melalui observasi terhadap akun *instagram @potonganfilm*.

Fokus penelitian ini yaitu bentuk interaksi yang terjadi di komunitas virtual pada akun *instagram @potonganfilm* sebagai media informasi dan struktur komunikasi visual pada penyajian konten *review* akun tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan level analisis etnografi virtual yaitu, level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman.

**Level Ruang Media**, sebagaimana tempat komunitas ini berinteraksi di media dengan pemilik akun sebagai pemberi informasi (Mayasari, 2022). Pada tahap ini peneliti memposisikan sebagai pengguna yang bergabung dalam komunitas virtual tersebut dan melihat secara langsung penyajian yang diberikan oleh pemilik akun. Pada tahap level ruang media, mengungkapkan struktur pada ruang media, yang mencakup aspek seperti, penayangan konten serta aspek grafis yang diberikan. Media media sosial menjadi medium untuk berinteraksi antar pengguna di budaya baru dengan (Abdurahman & Aulia, 2020). Dalam hal ini, akun *instagram @potonganfilm*

sebagai media ruang untuk komunitas virtual. Hasil yang didapatkan dalam observasi terhadap akun *instagram @potonganfilm* yaitu, peneliti mendapatkan bahwa akun tersebut memberikan konten informasi dan *review* film berdasarkan opini dari pemilik akun.

Pada level ruang media ini, ditemukan akun *instagram @potonganfilm* sebagai media untuk memberikan informasi mengenai film dengan jumlah *followers* saat ini telah mencapai 1,3 juta dan jumlah postingan 9.524 per tanggal 11 Mei 2023. Setidaknya akun *@potonganfilm* mengumpulkan 3 konten per-harinya dengan memberikan penyajian berupa konten mengenai film beserta tambahan *caption* sebagai informasi konten tersebut. Seperti yang terlihat pada Gambar 1, akun tersebut memiliki grafis atau tampilan media dengan menampilkan informasi beberapa film. Tak hanya itu, informasi film juga disampaikan melalui *instastory* akun tersebut. Hal ini akan menciptakan ruang media sebagai ruang diskusi atau interaksi komunitas virtual. Media sosial merupakan gambaran pada entitas, yakni memiliki peran terhadap pembentukan interaksi sosial dan virtual. *Cybermedia* dengan demikian dipandang sebagai komponen dalam penciptaan realitas budaya pada tingkat ruang media ini (Nasrullah, M.Si., 2018).

**Level Dokumen Media**, dalam hal ini dokumen sebagai konteks melalui sebuah teks dan memiliki makna untuk

disebarluaskan. Penerapan teks ini bukan sekedar memberikan sebuah opini pengguna di internet, melainkan juga menciptakan identitas dari suatu komunitas virtual (Mayasari, 2022). Pada level dokumen ini peneliti mendapatkan bahwa unggahan yang disajikan akun *instagram* @potonganfilm meliputi; Judul film, tahun film, poster film, *screenshot* potongan film (legal), dan penambahan *caption*. Tulisan pada kolom *caption* yang memberikan informasi tambahan terkait maksud pada gambar atau video yang di unggah. Hal ini penting karena *caption* dapat memperkuat makna yang disampaikan serta merupakan penjelasan lengkap terkait isi konten tersebut (Wulandari & Triwardhani, 2018). Pada unggahan akun *instagram* @potonganfilm, *caption* meliputi; Judul film, tahun film, sinopsis, review film opini pemilik akun, rating pribadi pemilik akun, rating IMDb, genre, durasi dan *hashtag*.

Level dokumen media memberikan pengaruh pada sebuah unggahan karena dengan banyaknya cakupan yang disajikan, informasi dapat diterima jelas serta penerima informasi dapat memberikan tanggapan (*feedback*). Pada level dokumen, sebuah teks menjadi sangat penting karena menjadi pemicu awal terjadinya interaksi pada komunitas virtual (Abdurahman & Aulia, 2020). Jaringan internet yang luas, mampu membentuk komunitas virtual karena anggota komunitas tersebut memiliki minat yang sama serta memiliki hak untuk memberikan sebuah tanggapan (Nurhaliza & Fauziah, 2020). Pada

unggahan konten mengenai *review* film, pemilik akun memberikan opini terkait film yang dibahas seperti yang terlihat pada Tabel 1. Hal ini yang akan menciptakan ruang diskusi antar pengguna karena ingin memberikan tanggapan seperti *review* dari pengguna lainnya. Unggahan konten juga berfungsi sebagai awalan sebuah interaksi terjadi sebagai pertukaran nilai antara *audience* dan lingkungan komunitas virtual (Nasrullah, M.Si., 2018).

Peneliti juga menemukan penyajian konten pada akun *instagram* ini juga tak lepas memperhatikan konsep komunikasi visual, seperti garis, tekstur, bentuk, gelap terang/kontras, warna, ukuran, dan tipografi. Serta memenuhi konsep komunikasi visual, yaitu berkaitan dengan keselarasan dan kesatuan. Jika dilihat dari penyajian unggahan yang informan berikan, akun tersebut menggunakan susunan yang sama tiap konten *review* film yang disajikan (*template*). Hanya perbedaan pada gambar atau video, dikarenakan mengikuti tentang film yang akan disampaikan.

**Level Objek Media**, dalam hal ini berkaitan dengan interaksi atau diskusi yang terjadi pada aktivitas komunitas virtual (Mayasari, 2022). Pada level objek media, sebuah diskusi terjadi ketika teks telah disampaikan lalu ditanggapi oleh pengguna (Abdurahman & Aulia, 2020). Peneliti menemukan keterlibatan audiens pada akun *instagram* @potonganfilm terjadi ketika admin akun tersebut mengirim sebuah

unggahannya ke *instagram* yang ditujukan kepada *followers* atau pengunjung akun sebagai penerima pesan. Terbentuknya interaksi pada komunitas virtual bagi penggemar film akan memberikan sumber informasi dan opini antar pengguna terkait konten yang diberikan.

Melalui interaksi oleh anggota komunitas virtual di akun *Instagram* @potonganfilm, pengguna dapat saling berbagi informasi dan berdiskusi, serta saling bertukar pikiran tentang film yang telah mereka tonton. Setiap individu mengambil langkah-langkah tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan mereka melalui konsumsi pada media (Helen, H., & Rusdi, 2019). Berdasarkan temuan peneliti, keterlibatan audiens pada akun *instagram* @potonganfilm terjadi ketika admin akun tersebut mengunggah sebuah konten, lalu *followers* memberikan sebuah tanggapan sebagai penerima pesan. Komentar yang dituangkan mengenai film yang sedang dibahas, seperti bagaimana pengalaman mereka setelah menonton film yang disajikan, dan berapa *rating* yang cocok untuk film yang sedang dibahas.

Aktivitas pada komunitas virtual seperti memberi komentar ini bisa menciptakan interaksi antar pengguna, karena anggota komunitas virtual pasti memiliki opininya masing-masing (Noviani & Wijayanti, 2022). Saat memberi komentar di ruang media, komentar tersebut bisa ditanggapi oleh pengguna lainnya dengan memberikan

komentar juga. Selain komentar, penerima informasi juga bisa memberi *like*. Menyukai atau *like* pada sebuah postingan akan berdampak pada informan, karena informan merasa jika informasi yang informan berikan memiliki manfaat, serta anggota komunitas virtual juga menghargai atas penyajian informasi yang menarik.

**Level Pengalaman**, pada level ini adanya korelasi antara realitas kehidupan dunia nyata dan realitas yang terjadi di dunia virtual (Mayasari, 2022). Pengguna mempunyai sikap atas terjalannya interaksi antar pengguna, dan pengguna juga mempunyai hak untuk mengikuti akun tersebut. Pada level pengalaman, sebuah komunitas *online* akan mudah terhubung dibanding komunitas *offline* karena bisa dilakukan di media siber (Abdurahman & Aulia, 2020). Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan bahwa sebagian pengguna pada komunitas virtual di akun *instagram* @potonganfilm mendapatkan dampak yang baik, karena dengan adanya akun tersebut, pengguna bisa memperoleh informasi terkait film yang sedang tayang maupun segera tayang. Selain itu, informan juga merasa puas dengan interaksi yang terjadi di dalam komunitas virtual @potonganfilm karena pengguna menemukan bahan diskusi dengan ketertarikan yang sama. Mereka merasa terhubung dengan penikmat film lainnya dan dapat berbagi pendapat serta rekomendasi film dengan mudah. Hal ini dapat memperkuat rasa kebersamaan dan kesetiaan terhadap

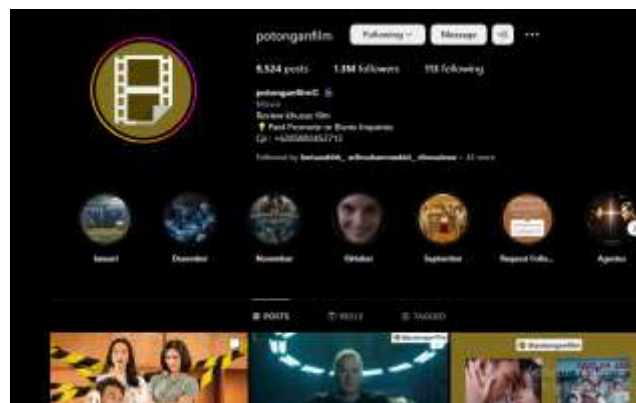


komunitas virtual tersebut.

Dalam menjaga kelangsungan komunitas virtualnya, akun @potonganfilm terus memperbarui konten dan tetap konsisten dalam menyajikan informasi dan referensi bagi penikmat film. Terlihat bahwa akun ini terus mengalami peningkatan *followers*, dalam artian akun ini cukup diterima oleh anggota komunitas virtual karena memiliki penyajian yang menarik dan mudah untuk



diterima.

Akun *instagram* @potonganfilm mendapatkan banyak atensi dalam setiap unggahannya, penggunaan *instagram* sebagai media informasi dan hiburan diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi pengguna lainnya, sehingga menumbuhkan keinginan untuk bergabung dalam anggota komunitas virtual dengan minat yang sama antar pengguna (Hidayanti & Martunis, 2017).





**Gambar 1. Screenshot Profile Akun Instagram @Potonganfilm**  
Sumber: (Instagram @potonganfilm, 2023)

**Tabel 1. Screenshot Unggahan Akun Instagram @Potonganfilm**

Unggahan	Caption
	

Sumber: (@potonganfilm on Instagram: "Film: Kill Boksoon (2023)")

Tabel 2. Screenshot Komentar Unggahan Akun Instagram @Potonganfilm

Unggahan	Komentar
	

Sumber: (@potonganfilm on Instagram: "Film: Like & Share (2023)")

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan jika akun *instagram* @potonganfilm merupakan media yang besar, sehingga akun ini dimanfaatkan sebagai ruang interaksi bagi komunitas virtual. Akun *instagram* @potonganfilm dengan banyak anggota komunitas di dalamnya, menyebabkan terjadinya interaksi antar pengguna. Interaksi yang terjadi yaitu diskusi mengenai informasi film atau opini pribadi (pengalaman) setiap pengguna dengan menggunakan teks yang sifatnya naratif. Berdasarkan level yang telah yang dibahas sebelumnya, interaksi dapat terjadi pada penggunaan kolom komentar, dengan memberikan opini serta menyukai konten (*likes*) sebagai respon terhadap penyajian konten. Lalu pada struktur

komunikasi visual, telah memenuhi unsur-unsur komunikasi visual di dalamnya, seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta keselarasan dan kesatuan tiap konten. Pemilik akun telah merancang semuanya dengan matang dan setiap elemen yang digunakan memiliki konsep atau tujuan yang telah disesuaikan berupa pesan atau konten yang akan disajikan. Keserasian makin dirasakan saat isi pesan gambar sesuai dengan isi pesan pada kolom *caption*. Lingkungan komunitas virtual yang terjadi pada akun *instagram* @potonganfilm dengan memberikan interaksi pada setiap pengguna menjadikan budaya di akun tersebut. Aktivitas yang terjadi tanpa batas ruang dan waktu, umur, dan tingkatan keilmuan membuat semua pengguna merasa bebas dengan memberikan opini mereka.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat saran teoritis dan saran praktis, yaitu: Saran Teoritis, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian mengenai komunitas virtual terkait aktivitas di *cyberspace*. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi semakin berkembang sehingga aktivitas yang berada di *cyberspace* bisa dilakukan penelitian dengan metode netnografi atau etnografi virtual, seperti pengembangan konseptual, melalui wawancara dan mengkaji fenomena lainnya. Perkembangan teknologi selaras dengan berkembangnya tingkat pendidikan sehingga diharapkan adanya penelitian terkait *cyberspace* mampu menciptakan kajian yang berkelanjutan. Saran Praktis, pengguna media sosial khususnya *instagram* diharapkan mampu menggunakan internet lebih bijak, penyampaian opini yang dituangkan harus lebih baik dan menghargai satu sama lain serta dapat menghargai suatu karya seperti perfilman. Karena opini yang buruk, akan mempengaruhi pengguna lainnya karena sifat internet yang tak terbatas ruang dan waktu.

#### DAFTAR PUSTAKA

@potonganfilm on Instagram: "Film: Kill Boksoon (2023)." (n.d.). Diambil 12 Mei 2023, dari <https://www.instagram.com/p/CsC4okZNy83/>

@potonganfilm on Instagram: "Film: Like & Share (2023)." (n.d.). Diambil 12 Mei

2023, dari <https://www.instagram.com/p/Cr8RGBhvUfI/>

Abdurahman, A. I., & Aulia, R. (2020). Fenomena Mikro-Selebriti Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Video Viral Akun @Helenjunet Tanggal 22 Maret 2019 Pada Pengguna Instagram). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.33592/dk.v7i1.578>

Akbar, I., Suyanto, S., & Ismandianto, I. (2022). Pengaruh Tayangan Konten Review Film pada Channel Youtube Cine Crib Terhadap Keputusan Menonton Subscribers. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1>

APJII. (n.d.). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diambil 12 Mei 2023, dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

Armananti, S. H., & Asteria, D. (2019). Partisipasi Anggota dan Pemanfaatan Instagram dalam Interaksi Komunitas Brand Ria Miranda. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5266>

Awalun, C. R. P., Rusmana, D. S. A., & Jupriono. (2023). Pengaruh Review Film

- Horror pada Channel Youtube Cine Crib Terhadap Minat dan Kepuasan Penonton (Studi pada Subscribers YouTube Cine Crib). *SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(1). <https://conference.untagsby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1667>
- Evelina, L. W. (2019). Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs Wisata TripAdvisor. *Warta ISKI*, 1(02), 65–74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i02.19>
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Hidayanti, R., & Martunis, Y. (2017). Peran Media Baru Dalam Membentuk Komunitas Virtual (Studi pada Mahasiswa yang Bergabung Dalam Komunitas Acehvidgram di Instagram). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(2), 47–66. <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/2697>
- Instagram @potonganfilm*, 2023. (n.d.). Diambil 12 Mei 2023, dari <https://www.instagram.com/potonganfilm/>
- Jaafar, G. B., Farida, N., & Putri, K. N. I. (2022). Analisis Struktur Dan Karakter Jaringan Komunikasi Olahraga Tagar #Timnasday Di Twitter. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 220–231. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i2.7412>
- Joshua, H. H., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten di Akun Instagram @netflixid dalam Meningkatkan Minat Penonton. *Prologia*, 6(1), 71. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10290>
- Mayasari, F. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 27–44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6 buku 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Milles, & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Muntu, S. A. J., Tangkudung, J. P. M., & Lotulung, L. J. H. (2021). Studi netnografi pada media sosial instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4), 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/36005>
- Nasrullah, M.Si., D. R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial. *Jurnal Sositoteknologi*, 17(2), 271. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>

- Nasrullah, D. R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noviani, A., & Wijayanti, S. (2022). Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram@singlemomindonesia). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(1). <http://netnografiikom.org/index.php/netnografi/article/view/1>
- Nurhaliza, W. O., & Fauziah, N. (2020). Komunikasi Kelompok dalam Virtual Community. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(01), 18–38. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i01.1220>
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Pertiwi, R., & Rusadi, U. (2022). Karakteristik Komunitas Hong di Media Sosial Instagram pada Web 2.0. *2(2)*, 84–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v22i2>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Fikom Budi Luhur*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Robert V. Kozinets. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications.
- Saifudin, W., Kusuma, A., & Rachmawati, F. (2022). Aktivasi Digital Radio Siaran Sebagai Upaya Perluasan Audience. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 85–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.667687>
- Saputra, A., & Rachmaria, L. (2020). Pemanfaatan Instagram Indozone. Id Sebagai Media Pemenuhan Informasi Dan Hiburan Bagi Pengguna Instagram. *Pantarei*, 4(3). <http://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/598>
- Saputra, P. D. (2019). Pengaruh Persepsi Konten Review Film Indonesia pada Akun Twitter @Watchmenid Terhadap Minat Penonton @Watchmenid Twitter Account To the Interest of the Audience. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/lektur.v2i3.16312>
- Wulandari, W., & Triwardhani, I. J. (2018). Instagram sebagai Media Komunikasi Komunitas Meowholic kepada Followers pada Account Official Instagram @ Meowholicid sebagai Wadah Online Para Pecinta Kucing. *SPeSIA: Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba*, 4(1), 311–316. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/v0i0>