AL-MUNAWWIR
Jurnal Komunikasi, Pendidikan & Syari'ah
Vol.3 No.1 Januari-Juni 2025 (pp): 10-13

Pemanfataan Instagram Sebagai Media Komunikasi Personal Branding Redaksi Harian Sumatera Ekspres

Regita Dwi Fernanda[1], Abu Hanifah[2], Titin Yenny[3]
[1,2,3] Universitas Muhammadiyah Palembang
E-mail: fernandaregitadwi@gmail.com[1*];abuhanifahump69@gmai.com[2;]
titinyenni512@gmail.com[3]

ABSTRACT

This research aims to explore the use of Instagram as a communication medium for personal branding within the editorial environment of the Sumatra Express Daily. Technological developments, especially social media, have opened up opportunities for journalists to build their self-image more effectively. Instagram, with its visual and interactive features, has proven to be an effective platform in increasing personal branding for journalists. This research uses a qualitative descriptive approach to understand the use of Instagram in building closer relationships with audiences, as well as the challenges faced in conveying complex information through a platform that prioritizes visual content. The research results show that Instagram not only functions to share reports and articles, but also as an educational medium that strengthens journalists' credibility. However, challenges such as maintaining a balance between personal and professional sides, as well as managing security and privacy issues, are important concerns in using Instagram. This research is expected to provide insight into effective strategies for utilizing Instagram for personal branding among journalists and the media..
Keyword : *Instagram, Communication Media, Personal Branding*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi untuk personal branding di lingkungan Redaksi Harian Sumatera Ekspres. Perkembangan teknologi, khususnya media sosial, telah membuka peluang bagi jurnalis untuk membangun citra diri secara lebih efektif. Instagram, dengan fitur-fitur visual dan interaktif, terbukti menjadi platform yang efektif dalam meningkatkan personal branding bagi jurnalis. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami pemanfaatan Instagram dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, serta tantangan yang dihadapi dalam menyampaikan informasi yang kompleks melalui platform yang mengutamakan konten visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi untuk membagikan laporan dan artikel, tetapi juga sebagai medium edukatif yang memperkuat kredibilitas jurnalis. Meski demikian, tantangan seperti menjaga keseimbangan antara sisi personal dan profesional, serta mengelola isu keamanan dan privasi, menjadi perhatian penting dalam pemanfaatan Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai strategi efektif dalam memanfaatkan Instagram untuk personal branding di kalangan jurnalis dan media.
Kata Kunci : *Instagram, Media Komunikasi, Personal Branding*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat pada era modern ini telah menjadikan teknologi sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Baik kalangan dewasa maupun anak-anak, hampir seluruh lapisan masyarakat telah terbiasa memanfaatkan berbagai perangkat teknologi, seperti gadget dan layanan internet, dalam aktivitas sehari-hari. Media komunikasi yang sebelumnya bersifat tradisional kini telah berkembang menjadi beragam bentuk media digital yang semakin modern dan dinamis. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, penetrasi internet di Indonesia mencapai angka 79,5%, dengan total pengguna sebanyak 221.563.479 jiwa, meningkat sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat pemanfaatan teknologi informasi di Indonesia, yang berimplikasi pada perubahan pola komunikasi dan interaksi sosial di masyarakat.

Dalam perspektif Islam, Al-Qur'an mendorong umat manusia untuk terus belajar dan mencari ilmu pengetahuan sebagai bentuk penghargaan terhadap ciptaan Allah SWT. Dalam ayat Al-Qur'an, Allah menegaskan bahwa segala sesuatu yang diciptakan-Nya memiliki makna dan tujuan yang dapat dijadikan petunjuk bagi manusia (QS. Yunus: 5). Dengan kemajuan teknologi, umat Islam diingatkan untuk berhati-hati dalam menerima informasi agar tidak menyebarkan berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat: 6.

Salah satu media sosial yang populer dan sering digunakan oleh berbagai kalangan adalah Instagram. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk membagikan aktivitas sehari-hari, memasarkan produk, serta membangun personal branding. Personal branding sendiri merupakan strategi penting dalam konteks profesional dan bisnis yang dapat membantu individu membangun reputasi, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jaringan sosial.

Dalam konteks jurnalisme, media sosial seperti Instagram telah dimanfaatkan oleh sejumlah media, termasuk redaksi Harian Sumatera Ekspres melalui akun Instagram @sumatera_ekspres. Akun ini aktif mengunggah konten jurnalistik lokal hingga nasional dengan gaya yang informatif dan akurat. Namun, meskipun memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak, interaksi yang diperoleh dari pengguna, seperti jumlah like dan view, masih tergolong rendah. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dalam membangun personal branding, khususnya pada redaksi Harian Sumatera Ekspres. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana strategi komunikasi digital dijalankan oleh media jurnalistik di era media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dalam mendeskripsikan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi untuk Personal Branding di Lingkungan Harian Redaksi Sumatera Ekspres. Data dalam penelitian kualitatif ini berupa kalimat, kata-kata, foto, suara dan lainnya dimana berasal dari adanya tindakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif ini, penulis mengamati dan mempelajari bagaimana Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi untuk Personal Branding di Lingkungan Harian Redaksi Sumatera Ekspres.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan salah satu media komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membangun personal branding melalui unggahan informasi serta pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia. Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi oleh perusahaan dalam upaya membentuk personal branding dapat memberikan berbagai keuntungan. Salah satu keunggulan dari Instagram adalah sifatnya yang tidak berbayar, sehingga efektif digunakan sebagai sarana pemasaran atau pembentukan citra diri perusahaan. Pemanfaatan fitur-fitur yang ada secara optimal dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Selain itu, jumlah pengikut (*followers)* di Instagram juga menjadi nilai tambah tersendiri yang dapat mendukung upaya personal branding perusahaan.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi untuk Personal Branding di Lingkungan Redaksi Harian Sumatera Ekspres, Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa karyawan di lokasi tersebut.

Maka berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Instagram merupakan platform yang efektif dalam membangun personal branding bagi jurnalis. Melalui fitur-fitur seperti foto, video, dan cerita (stories), dalam dunia jurnalistik dapat menunjukkan kualitas pekerjaan mereka, baik dalam bentuk dokumentasi kegiatan peliputan, wawancara dengan narasumber, maupun cuplikan artikel yang telah diterbitkan. Dan fitur pesan langsung memfasilitasi hubungan yang lebih dekat dengan audiens, sehingga memperkuat citra sebagai komunikator yang profesional dan terpercaya. Lebih dari itu Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai medium edukatif, di mana jurnalis dapat membagikan pengetahuan dan keahlian melalui konten seperti IGTV atau reels. Konten ini bisa berupa tips jurnalistik, analisis isu-isu aktual, atau wawancara mendalam yang menambah nilai informatif bagi audiens. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram tidak hanya menjadi alat untuk membangun personal branding, tetapi juga sebagai strategi profesional dalam meningkatkan keterlibatan, kredibilitas, serta pengaruh individu di bidang jurnalistik.
2. Instagram memiliki potensi besar dalam meningkatkan personal branding, terutama di kalangan audiens muda dan pembaca aktif di media sosial. Bagi jurnalis atau penulis, Instagram dapat dimanfaatkan untuk membagikan cuplikan artikel, foto reportase, dan wawasan pribadi mengenai dunia jurnalistik, yang membantu membangun citra sebagai figur yang dikenal dan dipercaya oleh publik. Interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar, pesan pribadi, dan live streaming juga memperkuat reputasi serta membangun hubungan personal yang lebih dekat. Dengan memanfaatkan platform ini secara aktif, jurnalis dapat menampilkan keahlian profesional dan konten berkualitas, yang pada akhirnya memperkuat personal branding mereka sebagai ahli yang kredibel di bidangnya.
3. Dalam lingkungan redaksi, terdapat tantangan signifikan dalam menyampaikan informasi yang kompleks sesuai dengan karakteristik Instagram yang lebih mengutamakan konten singkat, visual, dan mudah dikonsumsi. Jurnalis dihadapkan pada kebutuhan untuk meramu informasi secara ringkas namun tetap informatif, agar sesuai dengan preferensi audiens dan algoritma Instagram. Selain itu, Instagram yang bersifat santai dan informal membawa tantangan tersendiri dalam menjaga konsistensi citra profesional. Banyak pengguna yang lebih cenderung berbagi konten hiburan atau personal, yang dapat memengaruhi citra profesional jurnalis. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan antara menampilkan kepribadian dan tetap menjaga citra profesional menjadi hal yang

penting dalam membangun personal branding di Instagram. Keamanan dan privasi juga menjadi isu krusial, terutama dalam berbagi konten secara real-time yang berisiko membocorkan informasi sensitif, serta ancaman peretasan yang harus diwaspadai. Penting bagi jurnalis untuk berhati-hati dalam mengelola akun Instagram, terutama untuk keperluan profesional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan pembahasan, maka penulis menyimpulkan poin penting sebagai berikut, Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dalam membangun personal branding di lingkungan redaksi Sumatera Ekspres telah dilakukan secara efektif dan sesuai dengan karakteristik platform tersebut. Instagram terbukti menjadi sarana yang potensial bagi jurnalis untuk menyampaikan kualitas kerja secara visual dan interaktif, sehingga memperkuat hubungan dengan audiens serta meningkatkan kredibilitas melalui konten edukatif. Selain itu, Instagram memiliki peran strategis dalam menjangkau audiens muda yang aktif di media sosial, memungkinkan jurnalis membangun citra profesional yang dikenal dan dipercaya. Namun, tantangan dalam penyampaian informasi yang kompleks secara singkat dan menjaga keseimbangan antara sisi personal dan profesional menjadi faktor penting yang harus dikelola agar personal branding tetap konsisten dan kredibel di tengah dinamika konten di platform ini. Maka berdasarkan penelitian ini, Jurnalis disarankan untuk memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels, IGTV, dan Stories secara konsisten guna menyajikan konten informatif dan autentik serta menjaga interaksi aktif dengan audiens untuk membangun citra profesional dan terpercaya. Penggunaan strategi konten terencana, termasuk berbagi insight jurnalistik dan menjaga konsistensi tampilan profesional, penting untuk memperluas jangkauan dan memperkuat kredibilitas. Selain itu, jurnalis perlu mengembangkan konten ringkas dengan desain visual yang menarik dan membatasi konten pribadi agar tetap profesional, sekaligus meningkatkan literasi digital untuk mengantisipasi risiko keamanan saat berbagi konten secara real-time.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Atmoko, B. D. (2012). Instagram handbook tips fotografi ponsel. Jakarta: Media Kita.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024, Februari). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Diambil kembali dari https://www.apjii.or.id

Departemen Agama. (2015). Mushaf Famy Bi Syauqin Al-Qur'an dan terjemah (hlm. 516). Jakarta: Forum Pelayanan Al-Qur'an.

Ditha. (2018). Penggunaan media komunikasi bagi remaja perempuan dalam pencarian informasi kesehatan. Jurnal Lontar, 6, 13–21.

Fiantika, F. R., Waris, L., dkk. (2022). Metode penelitian kualitatif (Y. Novita, Ed.). Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Mahendra, B., Markerting Communications, & Garda Perdana Security. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram. Jurnal Visi Komunikasi, 16(1), 151–160. Diambil kembali dari www.frans.co.id

Nisrina, M. (2015). Bisnis online: Manfaat media sosial dalam meraup uang. Yogyakarta: Kobis.