

# **Peran Admin Akun Instagram @pshtuntag\_surabaya sebagai Pengelola Media Komunikasi Organisasi UKM PSHT UNTAG Surabaya**

**Dimas Akbar Maulana<sup>1</sup>, Judhi Hari Wibowo<sup>2</sup>, Lukman Hakim<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[dimasakbarm20@gmail.com](mailto:dimasakbarm20@gmail.com)<sup>2</sup>, [judhi@untag-sby.ac.id](mailto:judhi@untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>, [lukman@untag-sby.ac.id](mailto:lukman@untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>

## **Abstract**

*Student Activity Unit of Persaudaraan Setia Hati Terate (UKM PSHT) is a student organization or student activity unit that focuses on talent interests in the PSHT pencak silat field by using Instagram social media as an organizational communication medium. The @pshtuntag\_surabaya account is used by UKM PSHT as a medium for socializing PSHT pencak silat, sharing organizational information and building a good organizational image. Instagram as an organizational communication medium and a medium for building a good image is very effective, because the messages conveyed can be accessed by members, prospective members and the public easily and quickly. This study aims to determine the role of the Instagram account @pshtuntag\_surabaya as a communication medium for PSHT Untag Surabaya. This type of research is descriptive qualitative by using data collection methods in the form of interviews and object observations. The results of the study indicate that the role of the @pshtuntag\_surabaya account as an organizational communication medium in the formation of a good organizational image and the effectiveness of delivering organizational messages is supported by the PSHT organizational culture that has been built in PSHT training.*

**Keywords:** *The role of Instagram, PSHT, Organizational Communication, Organizational culture, Media wealth.*

## **Abstrak**

Unit Kegiatan Mahasiswa Persaudaraan Setia Hati Terate (UKM PSHT) merupakan organisasi kemahasiswaan atau unit kegiatan mahasiswa yang berfokus pada minat bakat bidang pencak silat. UKM Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT) menggunakan media sosial instagram sebagai media komunikasi organisasi. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi organisasi dan pembentukan citra baik sangat efektif digunakan karena pesan yang disampaikan dapat diakses oleh anggota, calon anggota dan masyarakat umum dengan mudah dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran akun Instagram @pshtuntag\_surabaya sebagai media komunikasi organisasi UKM PSHT Untag Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi objek. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa peran akun @pshtuntag\_surabaya sebagai media komunikasi organisasi dalam pembentukan citra baik organisasi dan efektivitas pembagian pesan organisasi didukung dengan budaya organisasi PSHT yang sudah terbangun dalam UKM PSHT Untag Surabaya dan pemanfaatan kekayaan media Instagram dengan menggunakan berbagai fitur yang ada dengan perhatian estetika kontennya lewat karya desain.

**Kata kunci:** : Peran Instagram, PSHT, Komunikasi Organisasi, Budaya organisasi, Kekayaan media.

## **Pendahuluan**

Persaudaraan Setia Hati Terate Komisariat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menggunakan instagram sebagai media informasi dan komunikasi untuk melakukan sosialisasi terhadap setiap kegiatan yang akan dan sudah dilakukan. Menurut ([https://www.instagram.com/pshtuntag\\_surabaya](https://www.instagram.com/pshtuntag_surabaya)) akun instagram milik *Persaudaraan Setia Hati Terate* (PSHT) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya memiliki jumlah pengikut sebanyak 2.225 orang, diakses 11 februari 2022. Aktivitas akun sudah mulai beroperasi dari tahun 2016. Melalui akun instagram ini pemanfaatan media sosial guna mensosialisasikan pencak silat *SH Terate* dalam kegiatan nilai-nilai budi luhur yang terkandung , Dokumentasi Kegiatan keolahragaan Pencak silat baik itu latihan ajaran maupun keatlitn, kegiatan pengembangan *soft skill* dan kegiatan keorganisasian lainnya dapat dibagikan.

Mahasiswa maupun masyarakat umum yang memerlukan informasi tentang Persaudaraan Setia Hati Terate dapat dengan mudah mendapatkannya melalui informasi yang di posting @pshtuntag\_Surabaya. Followers juga dapat menghubungi secara langsung admin media sosial organisasi @pshtuntag\_Surabaya dengan mudah melalui pemanfaatan fitur *Direct Message* instagram di akun tersebut. Admin akan memberikan informasi detil yang dibutuhkan oleh mahasiswa maupun masyarakat umum sehingga hubungan antar manusianya dapat terbentuk dengan baik. Dengan dua elemen penting yaitu menjaga hubungan komunikasi dengan pihak eksternal dengan baik dan tampilan konten yang menarik dan informatif, yang pada akhirnya menciptakan respon positif membuat tujuan Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media sosialisasi pencak silat Persaudaraan Setia Hati Terate Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dapat tercapai.

Penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, dengan tujuan yaitu memperoleh data sebanyak mungkin dengan objek yang diteliti Teori budaya organisasi merupakan sebuah teori yang mencakup semua symbol komunikasi (Tindakan, rutinitas, dan percakapan) dan makna yang dilekatkan orang terhadap simbol tersebut (West dan Turner, 2009). Pacanowsky dan O'Donnell merasa bahwa organisasi paling baik dipahami dengan menggunakan lensa budaya..

## **1. Teori Kekayaan Media**

Dalam Media Richness Theory (Daft dan Lengel, 1986) disebutkan bahwa pelaku komunikasi sebaiknya menggunakan saluran komunikasi yang sesuai dengan isi informasinya. Kekayaan media itu sendiri mengacu pada kapasitas suatu media dalam menyampaikan informasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Pembahasan Budaya Organisasi UKM PSHT Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

#### **a) Nilai luhur organisasi sebagai sistem nilai budaya**

Sistem nilai budaya adalah tingkat tertinggi dan paling abstrak dari budaya atau tradisi organisasi maupun kemasyarakatan, Hal ini dikarenakan nilai budaya terdiri atas konsep mengenai segala sesuatu yang dinilai berharga dan penting oleh warga masyarakat sehingga berfungsi sebagai pedoman orientasi pada kehidupan para warga masyarakat maupun organisasi.

b) Komunikasi organisasi melalui budaya dan tradisi organisasi

Komunikasi organisasi dapat disampaikan dengan nilai-nilai budaya organisasi yang bersifat umum, luas dan konkret yang sudah diajarkan oleh organisasi kepada anggotanya.

**B. Pembahasan Teori Kekayaan Media Pada Akun Instagram UKM PSHT Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Kekayaan media menggunakan 4 faktor untuk mengevaluasi kekayaan. Berikut kekayaan media yang dimiliki oleh UKM PSHT Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya:

1. Kapasitas media untuk umpan balik segera  
Divisi Media Sosial tidak hanya bertugas sebagai pengelola akun saja tapi juga harus mampu berkontribusi dalam menciptakan dan saling memelihara arus komunikasi media.
2. Jumlah saluran yang digunakan  
Saluran yang digunakan tetap berfokus pada fitur aplikasi yang dimiliki oleh Instagram hal ini dilakukan dengan tujuan agar strategi branding organisasi dapat lebih fokus.
3. Berbagai personalisasi dan bahasa  
Personalisasi merupakan saran tepat untuk memenuhi keinginan organisasi dan anggota sehingga tujuan organisasi bias segera dicapai. Personalisasi dirasa sangat penting guna menjaga marwah organisasi,

**Penutup**

Terdapat peran yang signifikan antara komunikasi organisasi yang dilakukan menggunakan budaya organisasi dan pemanfaatan kekayaan media dalam akun @pshtuntag\_Surabaya terhadap efektivitas pemberian pesan dan pembentukan citra baik organisasi. Nilai Budaya organisasi yang bersifat umum, luas dan konkret yang sudah diajarkan oleh organisasi kepada anggotanya sewaktu masih menjadi siswa (masih latihan dasar) sudah membentuk sebuah sistem komunikasi organisasi yang berpengaruh pada pesan yang disampaikan akun @pshtuntag\_Surabaya. Pengelola akun Instagram @Pshtuntag\_Surabaya dapat terus konsisten untuk melakukan promosi budaya organisasi kepada pengikutnya guna menarik minat dan menumbuhkan citra baik organisasi.

**Daftar Pustaka**

Rahmat, J. (2004). Metode Penelitian Komunikasi (16th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Riswandi, Drs., M.Si. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Graha Ilmu.

Sudarmo, Komang; Tegeh, Made; Prabawa, D. G. A. (2015). *Desain Pesan; Kajian Analitis Desain Visual (Teks dan Image)*. Graha Ilmu.

Ramadhan, M. I. (2017). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Desa. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 02.

