



Persepsi Siswa Sekolah Menengah Pertama terhadap Penggunaan Instagram sebagai Media Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling

(Perceptions of Junior High School Students on the Use of Instagram as a Guidance and Counseling Information Service Media)

Melia Fitri Andani, Blasius Boli Lasan, Rizka Apriani*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, 65145, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: rizka.apriani.fip@um.ac.id

Paper received: 21-1-2023; revised: 28-2-2023; accepted: 29-2-2023

Abstract

Instagram is an information technology that is used as a media for guidance and counseling information services during the Covid-19 pandemic. This study aims to find out how students perceive the use of Instagram as a medium for guidance and counseling information services. This study uses a qualitative approach using phenomenological studies. Data collection procedures through structured interview techniques, observation and documentation. Three research subjects were selected through a purposive sampling technique by applying several criteria. The subject criteria are students of SMP Negeri 9 Malang, have an Instagram account, follow the guidance and counseling Instagram account of SMP Negeri 9 Malang, and actively like posts on the guidance and counseling Instagram account of SMP Negeri 9 Malang. Checking the validity of the data in this study was carried out using source triangulation and technical triangulation. The results showed that students had a positive perception of the use of Instagram as a medium for guidance and counseling information services in terms of cognitive, conative and affective components. The cognitive component includes students who are very familiar with Instagram and information services as well as Instagram's positive opinions for school purposes as a medium for guidance and counseling information services. The conative component of students often access Instagram and Instagram Guidance and Counseling. The affective component includes the background of following Instagram guidance and counseling to meet the needs and pleasure of receiving information services through Instagram.

Keywords: student perception; information services; Instagram

Abstrak

Instagram merupakan teknologi informasi yang dimanfaatkan sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi. Prosedur pengumpulan data melalui teknik wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian berjumlah tiga orang yang dipilih melalui teknik purposive sampling dengan menerapkan beberapa kriteria. Kriteria subjek yakni siswa SMP Negeri 9 Malang, memiliki akun instagram, mengikuti akun instagram bimbingan dan konseling SMP Negeri 9 Malang, dan aktif menyukai postingan akun instagram bimbingan dan konseling SMP Negeri 9 Malang. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan siswa memiliki persepsi positif terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling dilihat dari komponen kognitif, konatif dan afektif. Komponen kognitif meliputi siswa sangat mengetahui Instagram dan layanan informasi serta pendapat positif Instagram untuk keperluan sekolah sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Komponen konatif siswa sering mengakses instagram dan instagram bimbingan dan konseling. Komponen afektif meliputi latar belakang

mengikuti Instagram bimbingan dan konseling untuk memenuhi kebutuhan dan senang menerima layanan informasi melalui Instagram.

Kata kunci: persepsi siswa; layanan informasi; Instagram

How to cite: Andani, M. F., Lasan, B. B., & Apriani, R. (2023). Persepsi Siswa Sekolah Menengah Pertama terhadap Penggunaan Instagram sebagai Media Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling. *Buletin Konseling Inovatif*, 3(1). 61-70. doi: 10.17977/um059v3i12021p61-70

1. Pendahuluan

Teknologi mengalami kemajuan yang pesat khususnya teknologi komunikasi dengan adanya peningkatan pengguna. Masyarakat Indonesia merupakan pengguna teknologi informasi dan komunikasi salah satunya instagram. Diperkuat dengan adanya data laporan dari *We Are Social* perusahaan asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite* per Januari 2021. Instagram menduduki tempat ke-3 sebagai platform sosial media yang paling kerap digunakan masyarakat Indonesia. Pengguna instagram didominasi oleh berbagai kelompok usia termasuk remaja yakni 13 hingga 19 tahun. Salah satu faktor meningkatnya pengguna instagram yakni adanya pandemi covid-19. Hasil penelitian menemukan motif penggunaan instagram yakni pengguna memiliki kebutuhan akan instagram karena tuntutan hiburan, wawasan, emotif atau integrasi pribadinya (Prihatiningsih, 2017).

Masyarakat Indonesia pada awal masa pandemi mengalami keterbatasan dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Bahkan kegiatan bekerja dan pendidikan dilakukan dari rumah dengan memanfaatkan internet. *Alvara Research Center* melakukan survei dan menemukan aktivitas yang kerap kali dikerjakan di internet pada masa pandemi Covid-19 ialah berinteraksi melalui pesan (86,5%), menjelajahi dunia maya (80,5 %), membuka jejaring sosial (70,3%), *streaming* tontonan video (55,0%), mengirim e-mail (53,8%) dan melakukan *download* (53,5%). Diperkuat dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pada masa pandemi covid-19 instagram mengalami peningkatan dengan persentase 79% (Junawan & Laugu, 2020).

Pada saat itu proses pembelajaran dalam pendidikan Indonesia disesuaikan dengan peraturan Inmendagri nomor 35 tahun 2021. Pendidikan bagi daerah level 3,2, dan 1 dapat dilaksanakan pembelajaran tatap muka terbatas dengan berbagai persyaratan ketat. Pembelajaran tatap muka dilaksanakan dengan kapasitas kelas 50% serta waktu pelaksanaan pembelajaran maksimal selama 30 menit dalam 1 jam pelajaran. Berdasarkan hal tersebut maka sistem pembelajaran dilaksanakan daring dan luring bergantian sesuai jadwal yang ditentukan sekolah. Dampaknya layanan bimbingan dan konseling tidak memiliki jam untuk masuk kelas. Untuk menunjang pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling dibutuhkan media berbasis teknologi.

Media bimbingan dan konseling meliputi segala sesuatu yang dapat mendukung ketercapaian layanan. Memiliki berbagai bentuk dan jenis khususnya media berbasis teknologi. Penggunaan media dalam layanan bimbingan dan konseling disesuaikan dengan tujuan atau kompetensi yang ingin dicapai. Dalam menentukan media yang akan digunakan untuk menyampaikan layanan harus memperhatikan tujuan dan bahan materi bimbingan dan konseling. Interaksi antara guru dengan peserta didik dalam layanan informasi dapat diciptakan melalui penggunaan media yang menarik sehingga mendorong siswa dalam menyampaikan pertanyaan

dan meningkatkan partisipasi atau keaktifan peserta didik ketika mengikuti layanan informasi (Zaini, Dianto, & Mulyani, 2020). Beragam media berbasis teknologi semakin populer seperti *facebook*, *whatsapp*, *telegram*, *twitter* hingga *instagram*. Dewasa ini media yang kerap diimplementasikan dalam pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling salah satunya *instagram*.

Instagram merupakan salah satu teknologi informasi yang memiliki kegunaan untuk membagikan foto dan video. Foto dan video dapat disertai dengan keterangan atau teks yang menggambarkan foto dan video tersebut. *Instagram* memungkinkan individu untuk saling mengikuti ataupun mengikuti akun yang disukai. Selain saling mengikuti, melalui *instagram* dapat pula berinteraksi dengan sesama pengguna. Hasil penelitian yang dilakukan Triyono & Febriani (Triyono & Febriani, 2018) menemukan teknologi informasi merupakan faktor penting dalam pemberian layanan bimbingan dan konseling oleh guru bimbingan dan konseling (BK). Salah satu layanan yang dapat diberikan melalui *instagram* ialah layanan informasi.

Layanan informasi merupakan salah satu bagian dari layanan bimbingan dan konseling. Layanan informasi pada penelitian ini ialah layanan informasi yang disampaikan oleh guru BK. Layanan informasi bertujuan memberikan bekal pengetahuan sehingga siswa memperoleh pengetahuan baru. Setiawan (2020) dalam penelitiannya menunjukkan salah satu teknologi informasi yakni *WhatsApp* mempermudah serta mengefektifkan layanan informasi bimbingan dan konseling. Selain mengefektifkan, *WhatsApp* mampu memotivasi peserta didik untuk melaksanakan konseling dengan menggunakan fitur *chat personal*. Selain *WhatsApp*, layanan informasi berbasis *instagram* efektif untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa (Azis & Salam, 2018).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, siswa SMP di wilayah Malang sebagian besar telah memiliki akun *instagram*. SMP Negeri 9 Malang merupakan salah satu sekolah yang memanfaatkan *instagram* dalam memberikan layanan BK. Hasil wawancara dengan guru BK penggunaan *instagram* dipilih sebagai upaya melaksanakan layanan dalam situasi tidak adanya jam untuk BK. Pemanfaatan *instagram* sebagai media layanan informasi BK benar adanya. Studi pendahuluan terhadap siswa mendukung pernyataan guru BK bahwa *instagram* telah digunakan sebagai media layanan BK. Hal tersebut ditunjukkan oleh siswa yang mengetahui keberadaan dari akun *instagram* BK sekolahnya. Melalui studi pendahuluan ditemukan bahwa persepsi awal siswa terhadap penggunaan *instagram* sebagai media layanan informasi cenderung mengarah pada persepsi negatif. Hal tersebut dapat dilihat pula dari kurang aktifnya siswa mengikuti akun *instagram* BK. Siswa merasa layanan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan serta menganggap isi dari unggahan *instagram* kurang menarik. Persepsi awal siswa yang cenderung negatif terhadap penggunaan *instagram* sebagai media layanan BK dan adanya kemungkinan bahwa setiap individu memiliki perbedaan persepsi, perlu adanya upaya lebih mendalam untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa terhadap penggunaan *instagram* sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Syafril (2018) melakukan penelitian mengenai persepsi siswa SMA terhadap *Instagram*. Namun persepsi yang diteliti ialah mengenai postingan dari akun *Instagram* *Memecomicindonesia* dan Akun *Dagelan*. Penelitian lain mengenai persepsi yakni Jannah (2019) yang meneliti hubungan antara persepsi siswa dengan minat siswa pada layanan bimbingan dan konseling. Hasil penelitian tersebut ialah ada hubungan antara persepsi siswa dengan minat siswa terhadap layanan bimbingan dan konseling. Semakin positif persepsi siswa akan semakin tinggi minat siswa terhadap layanan bimbingan dan konseling.

Dari kajian terhadap penelitian sebelumnya, belum ada penelitian yang spesifik terkait persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling di sekolah. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling di SMP Negeri 9 Malang. Persepsi siswa tersebut penting dikaji sebagai dasar evaluasi mengenai keefektifan penggunaan instagram sebagai media layanan informasi oleh guru BK. Dengan menggunakan metode kualitatif, diharapkan dapat digali lebih dalam tentang bagaimana makna gambaran persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling.

Berdasarkan fenomena yang tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling yang diberikan oleh guru BK. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan penggunaan media sosial dalam pemberian layanan BK.

2. Metode

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian salah satunya adalah persepsi cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang diperoleh dari proses alamiah. Jenis penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif fenomenologi. Penelitian ini akan fokus pada pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan fenomena (Cresswell, 2015). Lokasi penelitian dilakukan di SMP Negeri 9 Malang. Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling* dimana subjek penelitian dipilih sebanyak 3 subjek berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal tersebut dilakukan karena sumber data yang sebelumnya didapatkan kurang lengkap sehingga belum memenuhi kebutuhan data peneliti (Sugiyono, 2018). Kriteria sebagai sumber data primer yakni siswa SMP Negeri 9 Malang, memiliki akun instagram, mengikuti akun instagram BK SMP Negeri 9 Malang, dan aktif menyukai postingan akun instagram BK SMP Negeri 9 Malang serta guru BK sebagai sumber data sekunder.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Pelaksanaan wawancara diterapkan secara terstruktur untuk mengetahui bagaimana pandangan dan makna fenomena yang dikaji oleh tiap narasumber. Tahap-tahap penelitian yang dilakukan terdiri dari (1) tahap pra lapangan untuk melihat fenomena yang terjadi dan menyusun rancangan penelitian, (2) tahap pekerjaan lapangan peneliti mengumpulkan data melalui melibatkan diri dalam kehidupan lapangan dengan melakukan observasi secara langsung kepada subjek di sekolah, (3) tahap analisis data dimana peneliti menganalisis dan menginterpretasikan hasil penelitian serta melakukan penyimpulan. Analisis data dilaksanakan secara bertahap berdasarkan model Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data dan analisis data dan dilanjutkan dengan menarik kesimpulan (Miles & Huberman, 1994). Proses reduksi data dilaksanakan dengan melibatkan transkrip wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk teks naratif yang memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan menjabarkan hasil penelitian. Adapun pengecekan keabsahan data temuan beracuan pada teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan layanan informasi bimbingan dan konseling di SMP Negeri 9 Malang memanfaatkan instagram. Hal tersebut dilakukan atas dasar situasi pandemi covid-19 yang mengakibatkan ditiadakannya jam masuk kelas untuk bimbingan dan konseling. Penggunaan instagram sebagai media layanan bimbingan dan konseling merupakan upaya alternatif guru BK dalam melaksanakan layanan BK. Selaras dengan pendapat Permatasari et al. (2021) konselor sekolah harus melakukan berbagai inovasi agar program layanan bimbingan dan konseling di sekolah tetap berjalan selama pandemi covid-19 sesuai kondisi lingkungan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang ada di sekolah. Salah satu layanan BK yang dapat memanfaatkan instagram sebagai media yakni layanan informasi. Layanan informasi adalah layanan yang memiliki tujuan memberikan informasi kepada peserta didik serta mengembangkan keterampilan siswa terkait bagaimana mencari informasi meliputi informasi pribadi sosial, belajar dan karier (Wardati & Jauhar, 2011). Layanan informasi diberikan dalam bentuk postingan instagram dengan berbagai format seperti poster. Terkait layanan informasi yang disampaikan melalui instagram memunculkan pandangan dari siswa yang memunculkan persepsi.

Pembentukan persepsi meliputi komponen kognitif, konatif dan afektif. Melalui komponen-komponen tersebut maka dapat diperoleh persepsi yang signifikan. Persepsi negatif yang muncul pada hasil studi pendahuluan disebabkan oleh siswa yang tidak mengikuti akun instagram BK dan menerima layanan informasi yang diberikan melalui postingan instagram, sehingga subjek memiliki pengetahuan yang kurang terkait layanan maupun instagram BK itu sendiri. Penelitian ini menerapkan pemilihan subjek penelitian dengan kriteria, sehingga diperoleh subjek penelitian yang memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam terhadap instagram BK dan layanan informasi. Maka dengan penggalian data yang lebih mendalam diperoleh keseluruhan komponen dalam pembentukan persepsi menunjukkan adanya kecenderungan positif. Hasil akhir penelitian ini diperoleh persepsi siswa pada persepsi positif berbeda dengan studi pendahuluan dimana siswa memiliki persepsi negatif. Selaras dengan pendapat Irwanto (2002) persepsi positif merupakan persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan berlanjut dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan. Persepsi menggambarkan seluruh pengetahuan dan reaksi yang tidak selaras dengan objek yang perseptual. Hal itu akan diteruskan namun secara pasif atau menolak dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan.

Siswa pengguna instagram yang bertanggung jawab memiliki persepsi positif terkait penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Disamping itu persepsi siswa semakin positif apabila informasi yang diberikan merupakan informasi yang *update* dan relevan dengan kebutuhan siswa. Terdapat faktor yang mempengaruhi persepsi siswa terhadap penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Faktor tersebut meliputi kebutuhan, minat, perasaan, kelebihan dan manfaat. Selaras dengan pendapat Thoha (2014) bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi mencakup internal serta eksternal. Faktor internal meliputi sikap, kepribadian individu, perasaan, keinginan atau harapan, prasangka, perhatian (fokus), keadaan fisik, gangguan kejiwaan, proses belajar, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Jika dilihat dari kebutuhan, siswa menjelaskan bahwa latar belakang mereka mengikuti layanan informasi melalui instagram adalah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kebutuhan yang ingin dicapai dalam hal ini mencakup kebutuhan pribadi dan meningkatkan pengetahuan. Siswa memiliki minat dalam keterlibatan pada proses layanan

informasi melalui instagram. Selanjutnya terkait dengan perasaan siswa ketika instagram digunakan sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. Diketahui siswa mengungkapkan perasaan yang senang. Faktor eksternal meliputi latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek. Diketahui bahwa siswa sering mengakses instagram BK. Siswa membaca, mengamati serta memahami setiap layanan informasi ketika di rumah ataupun di sekolah. Tidak hanya itu, siswa memberikan *like*, membagikan postingan pada cerita instagram dan berinteraksi dengan guru bimbingan dan konseling melalui komentar instagram.

3.1. Kognitif Siswa terhadap Penggunaan Instagram sebagai Media Layanan

Komponen kognitif meliputi pengetahuan siswa terhadap instagram yakni ditemukan siswa sangat mengetahui berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi instagram. Fitur yang disebutkan oleh siswa yakni kamera, postingan, *feed*, *reels*, dan *share*. Selaras dengan penjelasan fitur yang ada pada instagram menurut (Sholihah, 2018) bahwa instagram memiliki unggah foto dan video yakni pengguna dapat menggunakan fitur ini untuk membuat unggahan foto ataupun video yang nantinya akan muncul di halaman utama pengikut atau *followers*. Siswa dapat mengenali dengan baik seluruh fitur instagram dikarenakan siswa termasuk dalam generasi Z. Generasi Z adalah generasi peralihan dari generasi Y saat teknologi mulai berkembang. Siswa masuk dalam generasi *up to date* terhadap isu yang tersebar di media masa atau internet (Purnomo et al., 2019), sehingga siswa melek terhadap teknologi dan mengikuti setiap perkembangan teknologi yang ada khususnya teknologi informasi. Disamping itu, siswa mengetahui terkait tujuan layanan informasi, tujuan yang dimaksud adalah meningkatkan motivasi, pengetahuan terhadap BK dan evaluasi diri. Hal tersebut selaras dengan tujuan layanan informasi itu sendiri yaitu agar; (1) peserta didik mampu mengorientasikan diri dalam kehidupan yang akan datang, (2) peserta didik memiliki kemampuan memilih peluang yang tepat dalam lingkungan berdasarkan potensi mereka, (3) peserta didik mampu menggunakan dan mengetahui sumber informasi yang dibutuhkan (Nisa, 2013). Pengetahuan terhadap layanan informasi diperoleh siswa dari penjelasan guru BK. Kemandirian siswa dalam mencari informasi di instagram meningkatkan pengetahuan yang lebih luas terkait layanan informasi bimbingan dan konseling.

Terkait pendapat siswa terhadap penggunaan instagram yang digunakan untuk keperluan sekolah merupakan hal positif. Diperkuat dengan pernyataan siswa “penggunaan instagram untuk keperluan sekolah sangat baik karena dapat menyebarkan informasi dengan mudah”. Instagram dapat digunakan sebagai media layanan informasi dengan faktor pendukung kepopuleran dan kemudahan instagram dalam membagikan informasi. Hal tersebut selaras dengan pendapat bahwa salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan ialah instagram yang memiliki berbagai fitur sehingga dapat mendukung program layanan bimbingan dan konseling di sekolah (Noviyanti, 2020). Layanan informasi melalui instagram memperoleh tanggapan positif dari siswa. Hal tersebut karena siswa memperoleh pengalaman yang baik dimana terdapat dampak yang dirasakan usai menerima layanan. Kebutuhan dalam pribadi hingga sosial siswa telah terpenuhi layanan informasi melalui instagram. Hal ini diperkuat dengan pernyataan siswa “sudah memenuhi kebutuhan saya terkait meningkatkan kepekaan terhadap diri dan lingkungan”. Selaras dengan tujuan khusus layanan informasi yakni memberikan teknik khusus yang dapat membantu siswa menghadapi kebutuhan dan masalah usai meninggalkan sekolah, seperti mencari pekerjaan, melanjutkan pendidikan, atau memulai sebuah keluarga (Setiawan, 2020). Pernyataan guru BK terkait layanan informasi yang disampaikan telah

menyesuaikan kebutuhan siswa sehingga mampu memenuhi kebutuhan mendukung pernyataan siswa. Hal tersebut selaras dengan pendapat yang mengungkapkan bahwa layanan informasi memungkinkan peserta didik untuk menerima dan memahami beragam informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepentingan peserta didik (Aqib, 2012). Dengan kata lain kepentingan siswa yang dimaksud ialah memenuhi kebutuhan pada aspek pribadi, sosial, belajar dan karier.

Pelaksanaan layanan BK siswa diprioritaskan dilaksanakan secara langsung di kelas. Hal tersebut agar siswa dapat berinteraksi secara langsung baik dengan teman maupun dengan guru BK. Sedangkan penggunaan instagram juga dipilih untuk mendukung pemberian layanan secara langsung dan materi layanan dapat diakses setiap siswa. Hal ini diperkuat dengan pernyataan siswa "ketika layanan informasi di kelas ada kemungkinan lupa dengan materi yang disampaikan, maka dengan materi yang diposting di instagram siswa dapat melihat berulang kali materi yang disampaikan". Hal tersebut selaras dengan pendapat Sholihah (2018) bahwa instagram memiliki berbagai fitur yang mampu mendukung program layanan informasi bimbingan dan konseling di sekolah, sehingga ketika proses layanan informasi dilaksanakan secara langsung di kelas, instagram dapat digunakan untuk memperkuat dalam penyampaian materi layanan.

3.2. Afektif Siswa terhadap Penggunaan Instagram sebagai Media Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling

Dewasa yang serba canggih seperti sekarang ini, hampir seluruh remaja memiliki instagram yang digunakan untuk seperti alat untuk mencari informasi, mengekspresikan diri, perasaan, kegiatan sehari-hari. Komponen afektif mencakup latar belakang siswa mengakses instagram. Instagram memiliki eksistensi yang tinggi dikalangan remaja. Kelebihan yang dimiliki instagram yakni mudah diakses dan mampu membagikan informasi secara luas dengan cepat dan mudah. Instagram mencakup berbagai informasi yang sangat beragam dimana dibutuhkan oleh masyarakat luas. Hasil penelitian Ramadhan dan Hatuwe (2017) menunjukkan siswa menggunakan instagram untuk memenuhi rasa ingin tahunya terkait hal-hal baru, seperti informasi yang sedang banyak diperbincangkan hingga gaya hidup. Akses instagram dipengaruhi oleh keperluan dan kesenangan serta kebutuhan. Hal ini ditunjang dengan siswa yang telah memiliki fasilitas akun instagram.

Siswa tertarik mengikuti instagram BK untuk memenuhi kebutuhannya. Ketertarikannya dipengaruhi oleh kebutuhannya untuk mengembangkan kepercayaan diri, motivasi hingga informasi terbaru terkait BK. Tampilan postingan instagram layanan informasi BK menarik bagi siswa dan bahasa mudah dipahami. Format postingan layanan informasi menggunakan aplikasi edit dimana tema dan gambar mengikuti perkembangan zaman. Guru BK mengungkapkan sering mengunggah topik layanan dalam bentuk poster. Hal tersebut dilakukan karena mudah dan bentuk yang lebih sederhana namun dapat menarik perhatian siswa dengan penjelasan yang ringkas. Dalam memberikan layanan informasi, dapat digunakan media berupa alat peraga, media teks dan grafik yang akan meningkatkan minat siswa ketika mengikuti layanan informasi (Zaini et al., 2020). Siswa tertarik dengan topik seperti *mental health*, mengatasi kecemasan, memaafkan orang lain dan *self love*. Hal tersebut karena siswa merasa membutuhkan informasi yang sedang dialami oleh siswa.

Siswa merasa senang ketika layanan informasi disampaikan melalui instagram. Senang diartikan sebagai keadaan seseorang yang melakukan sesuatu dengan perasaan bahagia.

Perasaan senang tersebut muncul diketahui karena menurut siswa instagram memiliki kelebihan dalam kemudahan akses serta dapat dibaca berulang kali. Sehingga siswa akan memiliki akses yang mudah dalam mencari informasi terkait layanan informasi BK. Dikembangkannya layanan informasi melalui instagram sangat bermanfaat bagi siswa. Manfaat yang diperoleh selama mengikuti layanan informasi melalui instagram yakni mampu menjadi pribadi yang lebih positif, pengetahuan terhadap bimbingan dan konseling meningkat, dan meningkatkan kepercayaan diri. Hal tersebut selaras dengan pendapat Azis dan Salam (2018) menunjukkan layanan informasi berbasis instagram efektif untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa. Dapat ditafsirkan bahwa layanan informasi yang diberikan melalui instagram mampu memberikan manfaat dan dampak positif. Hal ini menjadi faktor penguat bagi siswa untuk terlibat aktif dalam proses layanan informasi agar dapat membagikan ilmu yang diperoleh dalam membantu orang lain. Sedangkan tingkat keaktifan guru dalam mengunggah postingan layanan informasi menjadi kekurangan. Kurang aktifnya guru BK mengupdate layanan informasi pada instagram membuat menghambat siswa dalam memenuhi kebutuhan. Selain itu, diperlukan format postingan yang lebih bervariasi seperti video dan sebagainya. Beberapa individu memiliki kemampuan dalam memahami materi lebih tinggi ketika materi disampaikan dalam bentuk video. Selain itu media video mampu meningkatkan keaktifan siswa pada layanan informasi (Korida & Nursalim, 2013).

3.3. Konatif Siswa terhadap Penggunaan Instagram sebagai Media Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling

Komponen konatif merupakan komponen yang memiliki hubungan dengan kecenderungan bertindak. Dalam hal ini intensitas sikap ditunjukkan dengan besar kecilnya atau frekuensi kecenderungan siswa mengakses instagram sebagai media layanan BK. Siswa sering melakukan akses aplikasi instagram ketika di sekolah. Akses instagram ketika di sekolah dilakukan berdasarkan keperluan siswa seperti keperluan pribadi hingga belajar. Hal ini selaras dengan pendapat dari Prihatiningsih (2017) bahwa motif penggunaan instagram yakni pengguna memiliki kebutuhan akan instagram karena tuntutan hiburan, wawasan, emotif atau integrasi pribadinya. Hal ini didukung dengan pernyataan siswa "saya pernah mengakses instagram ketika di sekolah". Intensitas siswa mengakses instagram termasuk kategori sering karena beberapa kegiatan sekolah melibatkan aplikasi instagram. Salah satunya pernyataan dari siswa yakni "saya pernah mengakses instagram ketika di sekolah untuk mengunggah kegiatan osis yang saya lakukan".

Banyaknya teknologi yang tersedia memberikan dorongan bagi siswa untuk memanfaatkannya. Terkait pemanfaatan teknologi oleh siswa yakni memanfaatkan untuk mengisi waktu luang. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian Ramadhan dan Hatuwe (2017) bahwa siswa menggunakan instagram untuk mengisi waktu luang dengan melihat foto-foto atau postingan yang menarik yang diunggah oleh pengguna instagram lain. Pemanfaatan instagram untuk mengisi waktu luang dilakukan siswa ketika jam istirahat untuk keperluan hiburan. Faktor lain yang mendukung meningkatnya intensitas akses instagram yakni adanya pandemi covid-19. Selaras dengan pendapat Junawan dan Laugu (2020) pada masa pandemi covid-19 instagram mengalami peningkatan dengan persentase 79%.

Intensitas siswa membuka instagram ketika di sekolah mendukung untuk terlaksananya layanan informasi yang diberikan oleh guru BK. Intensitas siswa dalam mengakses aplikasi instagram berpengaruh pada tingkat intensitas akses siswa pada akun instagram BK. Pada masa pandemi covid-19, interaksi dengan guru BK sangat terbatas sehingga siswa lebih sering

mencari informasi melalui media sosial salah satunya instagram. Situasi tidak adanya jam masuk kelas untuk BK mendorong siswa mengakses instagram untuk menerima layanan informasi. Hal tersebut ditunjukkan siswa dengan melakukan aktivitas selalu melihat instagram BK ketika membutuhkan. Tidak hanya di sekolah namun juga membaca serta memahami topik layanan ketika di rumah. Intensitas ditunjukkan pula dengan memberikan *like* serta membagikan kiriman melalui instagram *story*. Selaras dengan pendapat Zaini et al. (2020), interaksi antara guru dengan peserta didik dalam layanan informasi dapat diciptakan melalui penggunaan media yang menarik sehingga mendorong siswa dalam menyampaikan pertanyaan dan meningkatkan partisipasi atau keaktifan peserta didik ketika mengikuti layanan informasi. Pernyataan guru BK bahwa penggunaan instagram dalam menyampaikan layanan informasi bimbingan dan konseling sering dilakukan. Hal tersebut berlangsung selama ditiadakannya jam masuk kelas bagi guru BK. Dengan kata lain guru mendukung pernyataan siswa bahwa sering menggunakan instagram sebagai media layanan informasi.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa siswa SMP Negeri 9 Malang mempersepsikan penggunaan instagram sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling cenderung pada persepsi positif. Persepsi positif ditunjukkan dengan adanya upaya siswa dalam memanfaatkan instagram BK sebagai media layanan informasi bimbingan dan konseling. siswa melibatkan instagram BK dalam pemenuhan kebutuhannya dalam aspek pribadi, sosial, belajar dan karier. Konselor disarankan untuk meningkatkan keaktifan dalam mengunggah layanan melalui instagram dan mempelajari variasi postingan instagram. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan penelitian eksperimen dan pengembangan untuk mengetahui keefektifan layanan informasi melalui media instagram.

Daftar Rujukan

- Aqib, Z. (2012). Ikhtisar Bimbingan dan Konseling di Sekolah. In *Bandung: Yrama Widya*.
- Azis, A. R., & Salam, P. A. (2018). Keefektifan layanan informasi berbasis instagram untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(3), 183–191.
- Cresswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan. In S. Z. Qudsy (Ed.), *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* (3rd ed.).
- Jannah, S. N. (2019). *Hubungan antara Persepsi Siswa dengan Minat Siswa pada Layanan Bimbingan dan Konseling di SMK Negeri 5 Malang*. Universitas Negeri Malang.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. doi: 10.30631/baitululum.v4i1.46
- Korida, N. P., & Nursalim, D. M. (2013). Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Keaktifan Siswa Pada Layanan Informasi Di SMP Negeri 2 Ngoro. *Jurnal BK UNESA*, 04(01), 135–143.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. sage.
- Nisa, H. A. (2013). *Pengembangan Modul Layanan Informasi Bahaya Minuman Keras di SMA Negeri 2 Blitar*. Universitas Negeri Malang.
- Noviyanti, N. I. (2020). Instagram Social Media as Guidance And Counseling Media Based on Technology. *International Journal of Applied Guidance and Counseling*, 1(1), 16–19. doi: 10.26486/ijagc.v1i1.1045
- Permatasari, Y., Suhaili, N., & Firman, F. (2021). Inovasi Program Layanan BK Berbasis Digital pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Al-Taujih : Bingkai Bimbingan Dan Konseling Islami*, 7(1), 38–44. doi: 10.15548/atj.v7i1.2921
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51–65.
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). *Generasi Z sebagai*

Generasi Wirausaha. INA-Rxiv.

Ramadhan, A., & Hatuwe, M. (2017). Motif Foto Selfie di Instagram pada Siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 379–390.

Setiawan, A. A. (2020). *Penggunaan Whatsapp Sebagai Media Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling di Madrasah Aliyah Negeri 1 Sleman*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sholihah, A. (2018). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*. Bandung.

Syafril, Y. (2018). *Persepsi Siswa SMA terhadap Postingan akun Memecomicindonesia dan Akun Dagelan di Instagram (Studi pada Siswa "SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta" dan "SMA Negeri 1 Pakem Sleman")*. Universitas Islam Indonesia.

Thoha, M. (2014). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Cet. ke-23). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Triyono, T., & Febriani, R. D. (2018). Pentingnya Pemanfaatan Teknologi Informasi oleh Guru Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Wahana Konseling*, 1(2), 74–83. doi: 10.31851/juang.v1i2.2092

Wardati & Jauhar, M. (2011). Implementasi Bimbingan dan Konseling di Sekolah. In *Jakarta: Prestasi Pustakaraya*.

Zaini, A., Dianto, M., & Mulyani, R. R. (2020). Pentingnya Penggunaan Media Bimbingan dan Konseling dalam Layanan Informasi. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Malang*, 126–131.