

## **Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas\_Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel**

**Angelita Kania Ramdan<sup>1</sup>, Fuad Rizki Rismawan<sup>2</sup>, Nadiah Wiharnis<sup>3</sup>, dan Dini Safitri<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Jakarta 13220

angelitaknia\_ikom18s1@mahasiswa.unj.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Jakarta 13220

fuadrizki\_ikom18s1@mahasiswa.unj.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Jakarta 13220

nadiyahwiharnis\_ikom18s1@mahasiswa.unj.ac.id

<sup>4</sup>Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Jakarta 13220

dinisafitri@unj.ac.id

**Diterima:** Juli, 2019, **Direview:** Oktober, 2019, **Diterbitkan:** Desember, 2019

**Abstrak.** Akun Instagram @temandisabilitas\_id menggunakan media Instagram sebagai media untuk memberikan informasi mengenai orang-orang dengan disabilitas, untuk memberi pengetahuan kepada pengikut akun tersebut mengenai orang-orang dengan disabilitas. Akun ini menyajikan konten-konten yang atraktif dengan variasi konten visual dan audiovisual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh akun Instagram ini terhadap peningkatan pengetahuan followers akun @temandisabilitas\_id. Penelitian ini menggunakan variabel pengaruh media sosial Instagram, yang memiliki dua dimensi yaitu konten dan peningkatan pengetahuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi berjumlah 192 dengan sampel 59. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh akun tersebut memberikan pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan followers akun Instagram @temandisabilitas\_id. Dikarenakan kontennya yang singkat dan jelas serta menarik.

**Kata kunci:** Instagram, Disabilitas, Pengaruh, Kesadaran

**Abstract.** The Instagram account @temandisabilitas\_id uses Instagram as a media to provide information about people with disabilities, to provide knowledge to followers of the account about people with disabilities. This account presents attractive content with a variety of visual and audiovisual content. The purpose of this study was to determine the effect of this Instagram account on increasing knowledge of @temandisabilitas\_id account followers. This study uses the influence variable Instagram social media, which has two dimensions, namely content and increased knowledge. This research uses a quantitative approach, with a descriptive type of research. The population is 192 with a sample of 59. The results of this study indicate that the information provided by the account has an influence on increasing the knowledge of Instagram account followers @ dependability. Because the content is short and clear and interesting.

**Keywords:** Instagram; Disability, Influence, Awareness

## 1. Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 Pasal 1, yang disebut sebagai penyandang disabilitas adalah setiap orang yang memiliki keterbatasan secara fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Orang dengan disabilitas sering kali diartikan sebagai seseorang yang memiliki keterbatasan fisik atau lebih dikenal dengan penyandang cacat. Padahal, disabilitas memiliki berbagai macam jenis, disabilitas fisik hanyalah salah satu di antaranya.

Dalam penelitian mengenai analisis situasi penyandang disabilitas di Indonesia, yang dilakukan oleh Irwanto, Kasim, Fransiska, Lusli, dan Okta (2010) dijelaskan bahwa masih ada diskriminasi atau ketidaksetaraan atau belum terpenuhinya hak-hak orang dengan disabilitas di dalam beberapa bidang. Salah satu contohnya adalah diskriminasi yang terjadi di sektor pendidikan dan di sektor kesejahteraan sosial. Mengacu pada Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyebutkan bahwa kewajiban penyelenggaraan pendidikan khusus dan

setara bagi penyandang disabilitas. Selain itu, pada Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 2010 disebutkan juga bahwa setiap tingkatan pendidikan harus menerima peserta didik tanpa diskriminasi, meliputi diskriminasi kondisi secara fisik maupun mental. Namun, hingga tahun 2010, 90% dari 1,5 juta anak dengan disabilitas tidak dapat menikmati bangku pendidikan.

Tidak hanya itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Retnaningsih dan Hidayat (2012) juga menyatakan bahwa diskriminasi terjadi pada orang dengan disabilitas intelektual di kalangan teman sebaya. Anak-anak yang normal cenderung enggan bergaul dengan anak-anak dengan disabilitas intelektual ini. Menurut penelitian ini, diskriminasi disebabkan oleh representasi sosial negatif di masyarakat mengenai orang-orang dengan disabilitas.

Selain itu, di Indonesia masih ada masyarakat yang kurang pengetahuan mengenai orang dengan disabilitas. Hal ini dibuktikan melalui penelitian mengenai analisis situasi penyandang disabilitas di Indonesia, yang dilakukan oleh Irwanto, Kasim, Fransiska, Lusli, dan Okta (2010). Penelitian tersebut menyebutkan, kurangnya partisipasi orang dengan disabilitas, salah satunya diakibatkan oleh sikap dan perlakuan masyarakat serta negaralah yang

menghambat partisipasi. Selain tidak disediakan alat bantu atau aksesibilitas fisik di berbagai fasilitas publik, stigma dan diskriminasi juga menjadi salah satu penghambat partisipasi orang dengan disabilitas. Stigma dan diskriminasi ini disebabkan oleh kurang-tahuan, ketakutan, atau mitos-mitos mengenai orang dengan disabilitas.

Media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan dan dinilai efektif dalam berbagai hal, misalnya dalam meningkatkan pengetahuan, promosi, pemasaran, dan lain sebagainya. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Ruliana, Irwansyah, Atmaja, Soebiagdo, dan Riyanto pada tahun 2018 mengenai pemanfaatan media sosial pada kalangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sentra Industri Keramik Plered di Kabupaten Purwakarta. Penelitian itu menyebutkan bahwa media sosial dinilai efektif dalam memasarkan produk untuk memperluas pasar yang dapat meningkatkan omset bisnis.

Dalam melakukan promosi, Instagram juga dinilai sebagai media yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Khairani, Soviyant, dan Aznuriyadi mengenai efektivitas Instagram sebagai media promosi UMKM sektor makanan dan minuman di Pekanbaru menyebutkan bahwa

Instagram efektif dalam hal promosi dikarenakan Instagram mampu menarik minat para pembeli terhadap produk UMKM di sektor makanan dan minuman.

Penelitian serupa mengenai Instagram sebagai media promosi juga dilakukan oleh Ratnasari, Hamdan, dan Julia pada tahun 2017. Hasil penelitian menyebutkan bahwa dalam melakukan promosi melalui Instagram, faktor-faktor yang diperhatikan oleh penjual adalah kualitas, manfaat, model, serta kemasan produk, juga berorientasi pada konsumen seperti pemberian diskon, kemudian membagikan produk dalam jumlah kecil, hingga menjadi sponsor suatu acara.

Dalam pemilihan media sosial, Instagram dinilai cukup efektif dalam hal penyampaian pesan. Penelitian yang dilakukan oleh Tanjaya pada tahun 2017 mengenai efektivitas Instagram terhadap peningkatan kesadaran merek Dr. Churros menyebutkan bahwa Instagram merupakan media yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek Dr. Churros dinilai dari hasil wawancara narasumber yang menyebutkan bahwa narasumber melakukan pembelian ulang karena penggunaan media Instagram oleh Dr. Churros untuk meningkatkan *awareness*.

Instagram juga dinilai efektif sebagai media untuk melakukan publikasi. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Mayasari dan Indraswari mengenai efektivitas Instagram sebagai media publikasi Hari Ulang Tahun Museum Nasional Indonesia (HUT MNI) yang menyebutkan bahwa Instagram merupakan media yang efektif dalam hal publikasi dikarenakan meningkatnya pengunjung yang datang ke Museum Nasional Indonesia daripada pengunjung di tahun sebelumnya semenjak dilakukannya publikasi mengenai HUT MNI melalui Instagram.

Dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat, dewasa ini, Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang cukup efektif. Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat dipergunakan untuk memotret, mengedit, dan mengunggah atau “menyebarkan” foto ke komunitas pengguna Instagram lainnya (Enterprise, 2014).

Instagram menjadi media yang efektif dengan beberapa manfaat yang dimilikinya, baik dalam bidang fotografi, bisnis, maupun pemenuhan informasi. Contoh manfaat dalam bidang bisnis digital adalah Prinstagram ([prinstagr.am](http://prinstagr.am)). Prinstagram merupakan bisnis layanan cetak foto Instagram. Situs Prinstagram memungkinkan kita mencetak foto Instagram dalam bentuk

buku, poster, stiker, *miniprint*, sampai dengan *tinybook*. Contoh lainnya adalah situs Stickygram ([stickygram.com](http://stickygram.com)), yaitu bisnis layanan cetak foto Instagram yang kemudian diberi magnet di belakangnya. Selain dua situs di atas, kini banyak toko-toko yang mulai menggunakan Instagram sebagai medium untuk berjualan, atau lebih dikenal dengan *online shop*. *Online shop* ini menjual berbagai macam barang seperti pakaian, makanan, aksesoris, kosmetik, dan lain-lain. Instagram juga dapat menjadi medium untuk mengelola *brand* atau merk dagang tertentu, seperti yang dilakukan oleh Starbucks (Enterprise, 2014). Selain itu, Instagram juga dapat bermanfaat untuk meningkatkan *awareness* melalui pemberian atau pemenuhan informasi. Contohnya seperti penelitian mengenai efektivitas akun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang dilakukan oleh Andiny, Nurhayati, dan Rahmasari (2018). Dalam penelitian tersebut, Andiny Nurhayati dan Rahmasari meneliti akun @1000\_guru\_bdg. Akun @1000\_guru\_bdg merupakan akun yang mengunggah kegiatan mengajar sambil jalan-jalan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Instagram dianggap efektif dan memberikan pengaruh yang signifikan dalam pemenuhan kebutuhan *followers* akun @1000\_guru\_bdg.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wifalin (2016) juga menyebutkan bahwa dalam meningkatkan kesadaran, Instagram dinilai efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Wifalin tersebut meneliti akun @commongrounds.sby. Akun ini merupakan akun bisnis kuliner yang berada di Surabaya.

Contoh akun Instagram lain yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran melalui pemberian atau pemenuhan informasi *followers* adalah akun @temandisabilitas\_id. Akun ini merupakan akun yang mengunggah informasi-informasi mengenai orang dengan disabilitas. Akun ini bertujuan untuk memberi pengetahuan atau melakukan pemenuhan informasi *followers* tentang orang dengan disabilitas. Akun ini telah beroperasi sejak bulan Maret tahun 2019.

Dari pemaparan tersebut, berangkat dari masih rendahnya pengetahuan sebagian masyarakat mengenai orang dengan disabilitas dan tujuan peningkatan dan pemenuhan informasi mengenai orang disabilitas yang dilakukan oleh akun @temandisabilitas\_id dengan memanfaatkan Instagram sebagai medium, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan respon *followers* terhadap keberadaan akun @temandisabilitas\_id. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan membuktikan ada atau

tidaknya peningkatan informasi *followers* tentang orang dengan disabilitas setelah mengikuti akun ini, khususnya setelah membaca atau melihat konten-konten yang diunggah oleh akun tersebut, dengan rumusan masalah sebagai berikut: (a) Bagaimanakah respon *followers* akun @temandisabilitas\_id terhadap keberadaan akun @temandisabilitas\_id? Dan (b) Apakah akun @temandisabilitas\_id meningkatkan pengetahuan *followers* akun @temandisabilitas\_id tentang orang dengan disabilitas.

Pertanyaan ini penting untuk dijawab karena walaupun sudah ada penelitian tentang efektivitas Instagram terhadap pemenuhan informasi, namun belum ada penelitian yang membahas tentang peningkatan informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai akun Instagram yang berfokus pada orang dengan disabilitas. Dari penelitian ini, peneliti ingin memberikan jawaban terkait peningkatan kesadaran *followers* akun @temandisabilitas\_id terhadap orang dengan disabilitas melalui informasi-informasi yang diunggah di akun Instagram tersebut. Dari hasil penelitian atau jawaban ini, memungkinkan untuk pihak atau komunitas lain menggunakan Instagram sebagai media untuk meningkatkan pengetahuan

masyarakat mengenai orang dengan disabilitas, mengingat masih rendahnya pengetahuan sebagian masyarakat tentang orang dengan disabilitas.

## 2. Tinjauan Literatur

Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat dipergunakan untuk memotret, mengedit, dan mengunggah atau “menyebar” foto ke komunitas pengguna Instagram lainnya. Instagram menjadi media yang efektif dengan beberapa manfaat yang dimilikinya, baik dalam bidang fotografi, bisnis, maupun pemenuhan informasi (Enterprise, 2014).

Memilih saluran serta media untuk menyampaikan pesan adalah faktor yang penting untuk diperhatikan dikarenakan memiliki pengaruh terhadap keefektifan penyampaian suatu pesan. Suatu media dapat dikatakan efektif dalam menyampaikan pesan jika media tersebut mampu memengaruhi kelompok yang menjadi sasaran sebagaimana yang diinginkan oleh pengirim pesan.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan format survei. Pada paradigma kuantitatif, ide-ide positivisme merupakan awal dari paradigma ini. Paradigma positivisme ini mengklaim ilmu (sains) merupakan ilmu pengetahuan yang nyata dan positivistik, oleh sebab itu, ilmu pengetahuan yang bukan

positivistik bukanlah ilmu (sains) (Bungin, 2005).

Penelitian kuantitatif menggunakan format deskriptif memiliki tujuan untuk memberi penjelasan, memberi ringkasan dari berbagai situasi atau variabel. Format deskriptif survei memungkinkan untuk melakukan generalisasi suatu variabel tertentu dengan populasi yang lebih besar. Survei dapat dilakukan melalui dua cara yaitu wawancara dan kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner.

Kuesioner penelitian ini terdiri dari bagian pendahuluan, bagian identitas responden, bagian petunjuk pengisian, serta bagian inti kuesioner. Bagian pendahuluan berisi mengenai latar belakang penelitian ini serta permohonan izin kepada responden untuk bersedia menjawab kuesioner. Bagian identitas responden berisi data diri responden yang meliputi: nama, nama akun Instagram, alamat email, dan umur responden. Bagian petunjuk pengisian berisi panduan mengenai cara-cara pengisian kuesioner, yaitu skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban setuju, dan skor 4 untuk jawaban sangat setuju.

Survei juga memungkinkan untuk membuat penelitian dengan populasi yang sangat besar. Populasi yang sangat besar ini memungkinkan peneliti menggunakan sampel untuk mempermudah peneliti (Bungin, 2005). Populasi diartikan sebagai seluruh unit atau seluruh individu yang termasuk di dalam ruang lingkup penelitian.

Dalam penelitian yang kami lakukan, populasi merupakan seluruh pengikut akun Instagram @temandisabilitas\_id sedangkan sampel merupakan 58 orang yang diambil dari pengikut akun ini. Karakteristik sampel ini dinilai berdasarkan intensitas para pengikut akun tersebut memberikan *like*, *comment*, dan melakukan penyebaran konten (*repost*) yang diunggah oleh akun @temandisabilitas\_id ke akun Instagram pribadi mereka. Selain itu, penelitian ini menggunakan dimensi waktu *cross sectional*. *Cross sectional* adalah penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu, serta tidak untuk diperbandingkan dengan penelitian lain di waktu yang berbeda.

Menurut Bungin (2005), proses penelitian kuantitatif merupakan urutan sistematis dari aktivitas enam yaitu (1) melakukan eksplorasi, merumuskan, menentukan masalah yang akan diteliti, (2) membuat desain model penelitian serta membuat parameter penelitian, (3) membuat desain instrument pengumpulan data penelitian, (4) mengumpulkan data penelitian, (5) melakukan pengolahan dan analisis data hasil penelitian dan (6) membuat desain laporan hasil penelitian (Bungin, 2005).

Penelitian kuantitatif dimulai dengan penentuan masalah yang akan menjadi pusat. Dalam penelitian ini, yang menjadi pusat perhatian adalah bagaimana informasi-

informasi yang disajikan melalui konten yang diunggah di Instagram @temandisabilitas\_id dapat berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan *followers* akun Instagram tersebut tentang orang dengan disabilitas. Kemudian, setelah masalah ditentukan, peneliti menjelaskan masalah yang akan diteliti secara jelas dan mudah dimengerti. Dalam penelitian mengenai pengaruh akun Instagram @temandisabilitas\_id dalam meningkatkan pengetahuan *followers* akun ini mengenai orang dengan disabilitas, peneliti merangkum permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut: (a) Bagaimanakah respon *followers* akun @temandisabilitas\_id terhadap keberadaan akun ini? Dan (b) Apakah akun @temandisabilitas\_id meningkatkan pengetahuan *followers* akun tentang orang dengan disabilitas. Setelah menjelaskan permasalahan yang akan diteliti, hal yang kemudian dilakukan adalah membuat desain model penelitian.

Selanjutnya, untuk melakukan pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, diperlukan desain instrumen pengumpulan penelitian atau alat yang digunakan sebagai perekam penelitian di lapangan. Alat ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan instrumen ini. Dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh akan tersebut dalam meningkatkan pengetahuan *followers*, data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data

pertama atau objek penelitian. Sedangkan, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan. Data sekunder ini diklasifikasikan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal. Data internal adalah data tertulis yang terdapat pada sumber data sekunder. Sedangkan, data eksternal adalah data yang diperoleh dari sumber luar. Data sekunder ini diharapkan dapat membantu melengkapi data yang diharapkan. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari 58 responden yang mengisi kuesioner. Kemudian, data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari buku, teori, serta jurnal penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini (Bungin, 2005). Penelitian ini menggunakan skala interval atau rasio, oleh

karena itu ukuran tendensi sentral yang digunakan adalah mean. Pengaplikasian tendensi sentral ini dikarenakan penelitian ini menggunakan skala interval. Terdapat satu variabel dalam penelitian ini, yaitu pengaruh media sosial Instagram. Variabel adalah karakter yang akan diteliti dari suatu unit pengamatan. Variabel dalam penelitian ini memiliki dua dimensi yaitu konten dan peningkatan pengetahuan. Dalam setiap dimensi ini terdapat turunan yang disebut sebagai indikator. Dimensi konten memiliki tiga indikator yaitu atraktif, singkat, dan jelas. Dimensi peningkatan pengetahuan memiliki dua indikator yaitu intensitas melakukan *repost* dan *likes*. Berikut ini merupakan tabel operasionalisasi konsep penelitian ini

**Tabel 1. Operasionalisasi Konsep**

<b>Variabel:</b> Pengaruh media sosial Instagram	
<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Konten	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menarik</li> <li>2. Singkat, Jelas, Padat</li> </ol>
Peningkatan Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui Pengertian Disabilitas</li> <li>2. Mengetahui Perbedaan Disabilitas Fisik dan Disabilitas Mental</li> <li>3. Mengetahui Cara Penyebutan Orang dengan Disabilitas yang Benar</li> <li>4. Mengetahui Cara Memperlakukan atau cara Membantu Penyandang Tunanetra</li> <li>5. Mengetahui Cara Memperlakukan dan Cara Bersikap dengan Penyandang Tunarugu</li> <li>6. Mengetahui Cara Berbahasa Isyarat Dalam bentuk Alfabet</li> <li>7. Mengetahui Jenis-Jenis Disabilitas Fisik</li> <li>8. Mengetahui Jenis-Jenis Disabilitas Mental</li> </ol>



#### 4. Hasil dan Pembahasan

Akun Instagram @temandisabilitas\_id menyajikan informasi-informasi mengenai orang dengan disabilitas dengan tujuan memberikan pemahaman kepada orang-orang yang mengikuti akun tersebut berkenaan dengan orang dengan disabilitas

Berdasarkan tabel 2, rata-rata responden menjawab setuju bahwa setelah melihat konten yang terdapat pada akun @temandisabilitas\_id, responden menjadi tahu jenis-jenis disabilitas mental.

**Tabel 2. Mean Per Dimensi (N=59)**

No.	Dimensi	Rata-rata
1.	Konten	3.45
2.	Peningkatan Pengetahuan	3.43

**Tabel 3. Mean Per Indikator (N=59)**

No	Indikator	Rata-Rata
1.	Menarik	3.40
2.	Singkat, Jelas Padat	3.50
3.	Mengetahui Pengertian Disabilitas	3.50
4.	Mengetahui Perbedaan Disabilitas Fisik dan Disabilitas Mental	3.47
5.	Mengetahui Cara Penyebutan Orang dengan Disabilitas dengan Disabilitas yang Benar	3.47
6.	Mengetahui Cara Memperlakukan atau Cara Membantu Penyandang Tunanetra	3.32
7.	Mengetahui Cara Memperlakukan dan Cara Bersikap dengan Penyandang Tunarungu	3.42
8.	Mengetahui Cara Berbahasa Isyarat Dalam bentuk Alfabet	3.42
9.	Mengetahui Jenis-Jenis Disabilitas Fisik	3.42
10.	Mengetahui Jenis-Jenis Disabilitas Mental	3.42

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai mean yang paling tinggi terdapat pada dimensi pertama yaitu konten, sedangkan dimensi kedua yaitu peningkatan pengetahuan berada pada tingkatan yang paling rendah.

Dimensi konten merupakan dimensi yang tertinggi. Menurut rata-rata followers

akun @temandisabilitas\_id, akun @temandisabilitas\_id memiliki konten yang menarik, serta singkat, jelas, dan padat.

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa mean tertinggi terdapat pada indikator 2 yaitu singkat, jelas, padat dan indikator 3 yaitu mengetahui pengertian disabilitas. Sedangkan, untuk mean terendah terdapat

pada indikator 6 yaitu mengetahui cara memperlakukan atau cara membantu penyandang tunanetra. Tabel 3 merupakan pengolahan data 10 pernyataan, 10 indikator, 2 dimensi, dan 59 responden.

Berdasarkan mean per indikator dapat diketahui bahwa mean tertinggi berada pada indikator yang memiliki konten singkat, jelas, dan padat serta indikator mengetahui pengertian disabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa akun @temandisabilitas\_id sudah menyajikan konten yang singkat, jelas, dan padat atau dalam artian lain mudah dimengerti serta akun @temandisabilitas\_id juga meningkatkan pengetahuan *followers* dalam hal mengetahui pengertian disabilitas. Kemudian, untuk indikator terendah terdapat pada pengetahuan tentang cara memperlakukan dan atau cara membantu penyandang tunanetra. Hal ini menunjukkan bahwa akun @temandisabilitas\_id kurang jelas dalam memberi *followers* pemahaman mengenai cara memperlakukan dan atau cara membantu penyandang tunanetra.

## 5. Kesimpulan

Instagram sebagai media interaktif menjadi media yang efektif dalam hal peningkatan awareness serta peningkatan pengetahuan. Oleh sebab itu, banyak sekali kampanye atau sekedar informasi mengenai

hal tertentu yang disebarluaskan melalui instagram karena instagram memiliki fitur yang memudahkan untuk menjangkau orang secara lebih luas, sehingga mempermudah penyebaran informasi. Penelitian ini terdiri dari dua dimensi, yaitu konten dan peningkatan pengetahuan.

Dimensi dengan nilai mean tertinggi dimiliki oleh dimensi konten, dengan rata-rata responden menjawab setuju. Sehingga dapat diartikan bahwa akun @temandisabilitas\_id sudah maksimal dalam pengelolaan konten di akun Instagram mereka, dengan konten yang bersifat menarik, serta singkat, padat, dan jelas. Terdapat dua indikator dalam dimensi ini yaitu menarik serta singkat dan jelas.

Indikator pertama adalah singkat dan jelas. Rata-rata responden menjawab setuju karena akun @temandisabilitas\_id menyajikan konten secara singkat dan jelas sehingga para pengikut akun tersebut mudah memahami isi kontennya. Konten yang singkat dan jelas ini disesuaikan dengan karakteristik Instagram yang memang menyajikan konten visual dan audiovisual dengan batasan waktu tertentu.

Indikator kedua adalah menarik. Rata-rata responden menjawab sangat setuju karena akun @temandisabilitas\_id memiliki konten-konten yang menarik. Konten-konten yang menarik ini berupa variasi konten yaitu

secara visual dan audiovisual. Selain itu, konten-konten ini juga didesain sedemikian rupa sehingga memiliki tampilan yang menarik.

Mean terendah terdapat pada indikator cara memperlakukan dan atau cara membantu penyandang disabilitas netra. Dapat diartikan bahwa akun @temandisabilitas\_id kurang maksimal dalam pembuatan konten mengenai cara memperlakukan dan cara membantu penyandang disabilitas netra ini. Oleh karena itu, untuk selanjutnya, akun @temandisabilitas\_id diharapkan lebih baik lagi dalam pengelolaan konten mengenai cara memperlakukan dan membantu penyandang disabilitas netra ini.

Secara keseluruhan, jawaban responden menunjukkan bahwa Instagram berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan mereka mengenai orang dengan disabilitas. Namun, terdapat konten yang memang kurang maksimal sehingga berdasarkan jawaban para responden, untuk salah satu konten, akun Instagram @temandisabilitas\_id kurang menyampaikan isi konten secara jelas.

## 6. Referensi

- Andiny, N. D., Nurhayati, I. K., & Rahmasari, G. (2018). Efektivitas Akun Komunitas Instagram @1000\_guru\_bdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *PRofesi Humas Volume 3 No. 1*, 81-101.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Efektivitas Instagram Dalam Kampanye Marketing. (2017, Januari 25). Retrieved from <https://www.bm.co.id/blog/efektifitas-instagram-untuk-kampanye-marketing/>
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irwanto, Kasim, E. R., Fransiska, A., Lusli, M., & Okta, S. (2010). Analisis Situasi Penyandang Disabilitas Di Indonesia: Sebuah Desk-Review.
- Khairani, Zulia., Efrita Sofiyant, Aznuriyandi. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita 3 (2) Juli 2018 (239-247)*.
- Mayasari, Silvina., Clavinda Indraswari. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Vol.9 No.2*
- Media Sosial Tunjang Eksistensi Penyandang Disabilitas*. (2014, April 24). Retrieved from <https://mediaindonesia.com/read/detail/42137-media-sosial-tunjang-eksistensi-penyandang-disabilitas>
- Retnaningsih, I., & Hidayat, R. (2012). Representasi Sosial tentang Disabilitas Intelektual pada Kelompok Teman Sebaya. *Jurnal Psikologi Vol. 39 No.1*, 13-24.

Tanjaya, Edward. (2017). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merk Dr.Churros. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.2 No.4*

Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi Vol. 4 No.1.*

Ruliana, P., Irwansyah, Atmaja, S., Soebiagdo, & Riyanto. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Di Kalangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Keramik Sentra Industri Keramik Plered Kabupaten Purwakarta. *Interkomunika, 3.*

Ratnasari, A., Hamdan, Y., & Julia, A. (2017). Promosi Penjualan Produk Melalui Media Instagram. *Inter Komunika, 2, No. 2.*

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas.* (2019, Juni 28). Retrieved from [pug-pupr.pu.go.id: http://pugpupr.pu.go.id/\\_uploads/PP/UU.%20No.%208%20Th.%202016.pdf](http://pugpupr.pu.go.id/_uploads/PP/UU.%20No.%208%20Th.%202016.pdf)