



Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat

Chontina Siahaan¹, Salomo², Donal Adrian³

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Kristen Indonesia

³Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia

E-mail: salomomarbuns2773@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-06-20 Revised: 2022-07-28 Published: 2022-08-01 Keywords: <i>Social Media;</i> <i>Instagram;</i> <i>Society.</i>	Social media has a very influential impact on society. The times have made so many social media appear with various different uses/functions. One of them is an application/social media called Instagram. The research uses qualitative methods with a literature study approach. The results of the study show that the Instagram application is very popular with the public, from children to the elderly and even the elderly. Instagram is commonly used by the public as a communication medium to upload daily activities, or also to just chat virtually. Furthermore, Instagram can be used as a place to share happiness depending on how we intend and how we use the application. In carrying out daily activities, Instagram can also be used as a platform to sell, do business, or even share motivational messages with others.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-06-20 Direvisi: 2022-07-28 Dipublikasi: 2022-08-01 Kata kunci: <i>Media Sosial;</i> <i>Instagram;</i> <i>Masyarakat.</i>	Media sosial memiliki dampak yang sangat berpengaruh di lingkungan masyarakat. Perkembangan zaman membuat begitu banyak media sosial yang bermunculan dengan berbagai kegunaan/fungsi yang berbeda. Salah satu nya aplikasi/media sosial yang bernama Instagram. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi instagram sangat digemari oleh masyarakat baik dari kalangan kanak-kanak hingga kalangan orang tua bahkan lanjut usia. Instagram biasa digunakan masyarakat sebagai media komunikasi untuk mengupload kegiatan sehari-hari, atau juga untuk sekedar bercengkramah secara virtual. Selanjutnya, Instagram dapat dijadikan sebagai wadah untuk berbagi kebahagiaan tergantung bagaimana niat dan cara kita menggunakan aplikasi tersebut. Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari Instagram dapat juga dijadikan sebagai platform untuk berjualan, berbisnis, atau bahkan berbagi pesan motivasi kepada orang lain.

I. PENDAHULUAN

Tidak terasa perkembangan media sosial belakangan ini berkembang secara pesat, dengan berkembangnya media maka kehadiran media pun semakin banyak dan beragam, perkembangan media menjadikan salah satu alasan mengapa masyarakat sangat berminat dalam memainkannya, dan tanpa disadari kini media menjadi bagian dari hidup manusia. Di era yang semakin canggih ini, kemunculan media sosial semakin memudahkan manusia untuk berkomunikasi, media sosial adalah forum untuk berbicara satu sama lain, menyediakan fakta dan media hiburan yang ditujukan untuk banyak orang, dengan demikian setiap orang bisa mendapatkan akses untuk masuk ke dalam media sosial dengan bebas. Dulu media komunikasi hanya dapat berjalan satu arah dimana masyarakat hanya dapat menikmati konten yang telah disediakan oleh sumber, dengan berkembangnya media maka sekarang komunikasi dapat berjalan dua arah dimana kita

dapat berinteraksi langsung melalui banyak hal yang telah disediakan oleh sumber, bahkan di masa yang sekarang ini kita juga dapat ikut mengisi konten-konten yang telah disediakan. Perkembangan media sosial juga banyak merubah dunia, serta mengubah teori dan pemikiran yang sudah ada sebelumnya, tetapi perkembangan tersebut tidak terlepas dari konsekuensi yang timbul, konsekuensi yang timbul harus di waspadai, dikarenakan keberadaan media membuat masyarakat bebas dalam mengekspresikan perasaan yang sedang dirasakan dan bebas mengeluarkan pendapat mengenai suatu hal yang sedang dilihat.

Berkembang dan munculnya internet mengubah cara berkomunikasi di kalangan masyarakat. Dengan hadirnya media, secara tidak langsung merubah cara manusia dalam berkomunikasi pada warga sekarang ini, komunikasi sekarang ini tidak terbatas jeda, waktu, ruang, komunikasi mampu terjalin dimana saja, kapan saja, tanpa memerlukan adanya tatap

muka, beragamnya pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 170 juta pada Januari 2021. Jumlah ini meningkat 6,25% dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan jangkauan pengguna aktif media sosial di Indonesia dikarenakan perkembangan teknologi yang cukup pesat, tahun lalu 53,73% dari penduduk Indonesia menggunakan akses internet untuk bermedia sosial. (Alif Karnadi, 2021). Dari sekian banyaknya media sosial yang ada, Instagram merupakan salah satu platform/ media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, sebelum kita membahas lebih lanjut mengenai aplikasi tersebut, alangkah lebih baik jika kita tahu latar belakang terbentuknya aplikasi tersebut.

Instagram adalah sebuah kata yang berasal dari kata *insta* atau mungkin langsung karena faktanya Instagram adalah sebuah cara untuk mengambil gambar dan membagi foto ke teman terdekat dengan mudah dan segera. Karena faktanya di Instagram mungkin ada fitur kamera digital virtual polaroid yang berfungsi untuk foto dan bidikan persen untuk teman dan penggemar Instagram, dan kata *gram*” memiliki arti yang merupakan frase yang berasal dari frase “telegram” yang memiliki arti seperti telegram. karena sebenarnya telegram mungkin sangat cepat dalam mengirimkan fakta kepada seseorang, begitu juga dengan Instagram, di Instagram kita bisa mengirimkan data berupa foto kepada seseorang. Instagram sendiri adalah sebuah komunitas sosial yang tujuannya adalah untuk membantu pelanggan dalam persentase *pix* dengan pelanggan lain. Instagram sendiri tetap sepenuhnya untuk pelanggan android, iphone, iPad, dan perangkat yang memiliki OS 3.2 untuk pelanggan laptop tidak ideal, karena instagram dibuat maksimal praktis untuk pengguna handphone. Instagram pada mulanya dibentuk oleh organisasi Burb INC, perusahaan INC ini ialah salah satu perusahaan yang memiliki visi mis dalam membuat sesuatu aplikasi yang menarik untuk perangkat, karena pada saat perusahaan ini di bentuk memang di khususkan untuk membuat aplikasi di gadget.

Instagram juga dimulai sebagai programmer dan pada saat yang sama CEO-nya, Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka adalah orang-orang yang paling penting dalam tatanan Instagram yang mapan, instagram didirikan dengan Burb INC di awal tahun 2010 sekitar bulan Januari, setelah melewati 10 bulan Instagram memiliki lebih dari 7 juta pengguna aktif. Instagram juga

memiliki komunitas pelanggan Instagram di Indonesia, mereka menyebut diri mereka sendiri mereka sebagai *Iphonesia*. *Iphonesia* adalah singkatan dari *I device* fotografer Indonesia. Menurut dokumen Napoleon Cat dapat disimpulkan bahwa ada 91,01 juta orang yang menggunakan Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Namun pada bulan agustus 2021 pengguna Instagram mencapai 98,06 juta, sehingga dapat dilihat bahwa adanya penurunan pengguna Instagram sebanyak 7,18%.

Dapat kita ketahui, pengguna Instagram di Indonesia di dominasi dari usia 18-24 tahun, yaitu sebanyak 33,90 juta (19,8% adalah pengguna perempuan & 17,5% adalah pengguna laki-laki). Dan pada kelompok usia 25-34 tahun tercatat bahwa 16,9% didominasi oleh pengguna adalah wanita sementara 15,3% pengguna adalah laki-laki. Kemudian, pada urutan ketiga yaitu kelompok usia 13-17 tahun sebanyak 7% pengguna adalah perempuan dan 5,2% pelanggan adalah laki-laki. Dan pada kelompok usia 35-40 thn, 6% adalah pengguna wanita sedangkan 5,5% penggunaannya ialah laki-laki. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram terbanyak di Indonesia di dominasi oleh kaum perempuan sebanyak 53,2%, sedangkan 46,8% adalah pengguna laki-laki. (Cindy Mutia, 2021). Berdasarkan pernyataan diatas dapat kita ketahui bahwa Instagram salah satu aplikasi yang paling digemari masyarakat Indonesia diseluruh kelompok usia, maka dari itu tidak diherankan mengapa Instagram menjadi aplikasi media sosial ke 3 paling digemari.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, penelitian kualitatif yang diarahkan untuk menganalisis data hasil penelitian, memastikan, mencari, mengumpulkan, dan memproses data tersebut. Sejalan dengan Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif melibatkan pengoprasian data, pengorganisasian data, pemilahan ke dalam unit-unit yang dapat dilakukan, mensintesis, mencari dan menemukan gaya, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan menentukan apa yang harus diberitahukan kepada orang lain, berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa tahap awal analisis informasi adalah pengumpulan, penyusunan keseluruhan, pengendalian dan analisis data yang ada (Moleong, 2007), teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pendekatan sekunder

yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang membantu mendukung data primer, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai data melalui berbagai media online, selain itu dari studi literatur dan jurnal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era yang semakin maju ini masyarakat banyak menggunakan aplikasi media sosial, salah satunya yaitu media sosial Instagram, aplikasi ini biasa digunakan masyarakat untuk mengunggah aktivitas yang dilakukan sehari-hari, bertukar informasi, dan berkomunikasi, nstagram umumnya diklaim sebagai IG atau insta. Secara sederhana Instagram memiliki definisi yaitu sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk mengunggah foto atau video (Meri Puspita, 2020), sebelum kita membahas lebih jauh mengenai kegunaan Instagram sebagai alat media komunikasi masyarakat, Alangkah lebih baiknya kita mengetahui fitur apa saja yang disediakan Instagram yaitu sebagai berikut:

1. Penggemar/pengikut

Di Instagram ada fitur followers atau yang biasa disebut pengikut dalam Bahasa Indonesia, biasanya jumlah pengikut suatu akun menjadi patokan kepopuleritasan seseorang, Tetapi di masa yang sekarang ini sudah banyak jasa penyedia followers, jadi kita dapat membeli followers sesuai dengan berapa banyak yang kita inginkan

2. Mengunggah foto dan video (postingan/feeds)

Fitur yang kedua ini adalah posting foto atau video, di Instagram seseorang yang memiliki akun dapat memposting foto atau video cukup dengan menekam tombol "+" maka kita dapat memilih foto atau video mana yang akan kita posting. Setelah memilih foto atau video kita akan diarahkan ke beberapa pilihan seperti memberi efek kepada foto, memotong foto, dan memilih foto/video mana yang ingin dijadikan cover dari postingan tersebut. Setelah selesai mengedit maka kita dapat memberikan deskripsi tentang foto tersebut atau yang biasa disebut dengan caption.

3. Insta Stories

Insta Stories adalah suatu fitur dimana kita dapat mengunggah foto, video, teks, boomerang yang kita inginkan, berbeda dengan postingan insta stories memiliki batasan waktu yaitu hanya dapat dilihat dalam kurun

waktu 24 jam. Biasanya orang-orang menggunakan insta stories untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, jika kita ingin mengunggah dalam jangka waktu lama biasanya di feeds. Itu mengapa biasanya orang mengunggah insta stories hanya untuk sekedar mengabdikan momen saja, dan yang paling penting kita dapat mengunggah insta stories sesuai dengan kreatifitas kita.

4. Suka, komentar, bagikan, dan simpan

Fitur yang ke-4 ini termasuk fitur yang sering digunakan, misalnya kita melihat teman kita mengunggah suatu postingan, kita dapat memencet tombol suka terhadap postingan tersebut, dan kita juga dapat memberikan komentar atau tanggapan mengenai postingan tersebut misalnya "wah kamu terlihat cantik dengan gaun ini". Selanjutnya ada fitur bagikan, melalui fitur ini kita dapat membagikan suatu postingan dari akun tertentu. Misalnya jika kita ingin berpergian bersama teman-teman dan sedang mencari destinasi wisata, kita dapat membagikan postingan dari akun-akun tempat wisata atau kita juga dapat memanfaatkan fitur simpan postingan, dengan kita simpan postingan, maka akan terlihat di akun kita postingan apa saja yang sudah kita simpan.

5. IGTV

IGTV termasuk dalam fitur baru yang dibuat oleh Instagram, di fitur ini kita dapat mengunggah video dalam durasi yang cukup panjang, dan setiap orang yang menonton IGTV tersebut juga dapat memberikan like dan komentar terhadap postingan yang mungkin dia suka.

6. Tagar/Hastag

Fitur ini termasuk dalam salah satu yang digemari, fitur ini bertujuan untuk menggolongkan suatu postingan, misalnya seseorang sedang berada di Jakarta maka dia dapat menggunakan hastag Jakarta untuk menggolongkan postingannya kedalam tagar tersebut, atau kita juga dapat mencari sebuah postingan yang kita inginkan melalui fitur hastag.

7. Tandai foto atau video ke pengguna lain

Fitur ini biasa sering digunakan ketika seseorang mengunggah sebuah posting, insta stories maupun IGTV, fitur ini termasuk salah satu fitur yang memiliki manfaat yang sangat bagus, dimana kita dapat menandai orang lain yang mungkin ada di dalam fot atau video yang akan kita unggah.

8. Pesan Langsung (DM)

Fitur terakhir ini sangat sering digunakan oleh pengguna Instagram, fitur ini memiliki kegunaan yang sama dengan aplikasi WhatsApp, dimana kita dapat bertukar pesan, pesan suara, gambar ke pengguna lainnya. Fitur ini digunakan untuk hal yang lebih privasi, karena fitur ini hanya dapat dilihat antara kedua belah pihak, begitu banyak fitur di Instagram yang sangat menarik perhatian masyarakat, itulah alasan mengapa Instagram sangat digemari oleh masyarakat. Bukan hanya fitur-fitur saja, Instagram juga memiliki banyak manfaat yang sangat berguna, sehingga masyarakat menjadikan Instagram sebagai media untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari.
9. Mencari Teman

Manfaat Instagram yang pertama ialah kita dapat mencari teman, baik teman lama yang mungkin sudah lost contact atau pun teman yang baru untuk membangun relasi yang baru juga, di Instagram kita dapat menambah atau bertemu teman atau sahabat sebanyak-banyaknya tanpa ada batasan karena siapa pun itu dapat kita tambahkan menjadi pengikut akun Instagram kita. Bukan hanya itu kita juga dapat menyambungkan akun Instagram kita dengan akun facebook, mungkin kita ingin mencari sahabat lama kita yang sudah tidak pernah berkomunikasi, maka fitur ini sangat membantu karena dengan adanya fitur sikronasi ini akan semakin banyak saran akun yang bermunculan, dan satu lagi kita dapat memberi izin Instagram untuk mengakses kontak yang ada di hp kita.
10. Menjadi sarana untuk memperoleh informasi mengenai sekolah, universitas, bahkan lowongan kerja

Instagram dapat dijadikan media atau platform untuk mencari informasi mengenai sekolah atau universitas yang ingin kita tuju, misalnya seorang anak yang baru lulus SMA ingin masuk ke universitas favorit yang digemari, maka dia mencari tahu tentang universitas tersebut melalui akun Instagram universitas nya, bahkan sekarang ini sudah banyak sekolah atau universitas yang memiliki akun Instagram untuk memberikan informasi terkait dengan kegiatan yang sedang terjadi atau akan terjadi di instansi tersebut. Bukan hanya itu seseorang yang baru lulus dari SMA/SMK/Universitas juga dapat mencari lowongan pekerjaan di Instagram, cukup dengan menuliskan #infollowongankerja di kolom pencarian, maka akan muncul begitu banyak informasi mengenai perusahaan yang sedang membutuhkan tenaga kerja.
11. Membuat suatu komunitas baru

Di Instagram juga kita dapat membuat suatu komunitas baru, sama halnya seperti di WhatsApp kita dapat membuat group, di Instagram kita dapat membuat akun komunitas misalnya "Komunitas pecinta anjing poodle" maka seseorang yang memiliki ketertarikan dengan anjing poodle akan mengikuti akun tersebut, dan dari situlah akan terbentuk suatu komunitas baru.
12. Tempat untuk memperoleh uang

Kini tidak harus bekerja di sebuah perusahaan/kantor untuk mendapatkan uang, di Instagram kita dapat memperoleh uang dengan cara mengikuti perlombaan yang ada, ikut kuis, atau ikut giveaway, dan kita juga dapat menjadi seorang selebgram/influencer. Selebgram atau influencer sendiri adalah sebutan untuk mereka yang terkenal melalui aplikasi Instagram, mereka bekerja dengan system endorse. Sistem endorse adalah system dimana seorang selebgram akan mempromosikan barang jualan yang dimiliki oleh ukm, perusahaan, dsb. Lalu, perusahaan tersebut akan membayar selebgram tersebut, maka dari itu setelah adanya proses promosi oleh selebgram usaha yang dijalankan akan semakin dikenal oleh masyarakat.
13. Sebagai wadah untuk berbisnis

Instagram juga dapat dijadikan wadah untuk berbisnis, banyak usaha yang sudah memiliki akun Instagram, dikarenakan Instagram adalah aplikasi yang sangat sering dikunjungi oleh masyarakat, begitu banyak fitur yang dapat digunakan seseorang yang memiliki bisnis, salah satunya adalah fitur "Live" dimana masyarakat dapat berinteraksi secara virtual dengan penjual, dan masyarakat dapat melihat barang yang dijual.
14. Rekomendasi tempat liburan/ nongkrong

Di Instagram kita dapat mencari tempat-tempat atau destinasi yang dapat kita kunjungi, kita dapat mencari suatu destinasi tempat liburan yang kita inginkan dan kita juga dapat melihat keindahan tempat tersebut melalui unggahan foto atau video orang yang sudah lebih dulu ke tempat tujuan tersebut, dan untuk anak milenial juga dapat mencari

tempat yang cocok untuk dikunjungi bersama teman-teman

15. Mendapat informasi terkini

Bukan hanya 6 poin diatas, dsalah satu manfaati Instagram yang ketujuh ialah kita juga dapat mengakses informasi terupdate, banyak akun-akun yang memberikan informasi yang sedang terjadi secara real time, tetapi tetap saja kita perlu teliti dalam memlihi akun untuk kita ikuti, karena ada beberapa akun yang memberikan informasi tidak sesuai fakta. Salah satu akun yang sangat terkenal adalah akun lambe turah, akun tersebut menyediakan informasi terupdate mengenai segala sesuatu yang sedang terjadi di Indonesia bahkan terkadang di luar negeri.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Instagram termasuk salah satu aplikasi di media sosial yang sangat digemari masyarakat dari segala kalangan, setiap penggunaanya dapat memposting foto atau video sebanyak-banyaknya yang dapat dilihat, disukai, dikomentari oleh pengguna lainnya, sama dengan media sosial yang lainnya Instagram bisa dijadikan wadah untuk berbagi kebahagiaan tergantung bagaimana niat dan cara kita menggunakan aplikasi tersebut. Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari Instagram dapat juga dijadikan sebagai platform untuk berjualan, berbisnis, atau bahkan berbagi pesan motivasi kepada orang lain.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Anderson M and Jiang J. *Teens, social media & technology* 2018. Washington, DC: Pew Research Center, 2018
- Nur Fitriatus Shalihah (2021). Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>

Universitas Islam Negeri, <https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%20BAB%20IV.pdf>

Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010)

Cindy Mutia Anur, Pengguna Instagram Berdasarkan Kelompok Usia & Jenis Kelamin (Oktober 2021), <https://databoks.katadata.co.id/datapublik/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>

Alif Karnadi, 2021, Pengguna Media Sosial di Indonesia Mencapai 170 Juta, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-mencapai-170-juta>.

Liliwiri, Alo.(1997). *Komunikasi Antarpribadi*. Cetakan Kedua, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.

Arry Widodo, Ayunabillah Syahvitrie Azdy Putri (2017). *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Teknologi pada Pengguna Instagram di Indonesia (Studi pada Followers Akun Kementerian Pariwisata @Indtravel)*, Universitas Telkom

De Vito, A. Joseph, 1997. *Interpersonal Communication*.

Hovland, I. Carl, 1963. *Communication and Persuasion*.

Newcomb, M. Theodore, 1953. *An Approach To The Study Of Communication Act*, University Of Michigan.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Hendra Junawan, Nurdin Laugu, 2020, *Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, 2017

Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, AMIK BSI Karawang

- Mahardika Putra, 2018, *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*, Universitas Sanata Dharma
- Oktavianti, M. A. (2018). *Instagram Stories Sebagai Media Self Disclosure* Mahasiswi Ilmu Komunikasi UINSA. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Renaningtyas, Luri (2012) *Instagram sebagai Media Komunikasi*. Working Paper. Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Era Kurnia Aristantya, Avin Fadilla Helmi (2019). *Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram*.
- Zike Martha, 2021, *Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi*, Universitas Dharma Andalas
- Saifulloh, M., & Siregar, M. U. (2019). *Pengungkapan Diri Gofar Hilman Sebagai Influencer Melalui Media Instagram*. Pustaka Komunikasi.
- Witanti Prihatiningsih (2017), *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
- Shasha Dwi Wahyuni, (2019) *Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*, Universitas Pasundan
- Diningrum, Widia (2020) *Media sosial Instagram sebagai media komunikasi sosial: Studi pada mahasiswa Pendidikan IPS Angkatan 2019 UIN Malang*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hendra Junawan, Nurdin Laugu (2020) *Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta