

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI BAGI FOLLOWERS (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @BRITZONEID)

HERI SETIONO,¹ INTAN LELIANA² LAURENSIA RETNO HARIATININGSIH³

^{1,2,3} UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

e-mail : setionoh55@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan Instagram @Britzone.id sebagai media informasi dan komunikasi dalam komunitas belajar bahasa Inggris berbasis relawan. Media sosial saat ini tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga berperan sebagai sarana strategis dalam penyebaran informasi dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap tim pengelola serta followers aktif maupun pasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Britzone.id memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti feed, story, reels, dan tautan pada bio untuk menyampaikan informasi kelas, kegiatan komunitas, dan promosi merchandise. Konten disajikan secara konsisten dengan visual menarik dan pendekatan kekinian yang sesuai dengan minat generasi muda. Meskipun akun ini memiliki lebih dari 23 ribu pengikut, tingkat interaktivitas masih terbatas, khususnya pada komentar dan partisipasi konten. Temuan penelitian mengonfirmasi konsep interaktivitas dan kolektivitas dalam teori New Media Pierre Lévy. Followers tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga turut berkontribusi melalui repost, komentar, dan polling. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya relawan serta kebutuhan menjaga konsistensi konten edukatif.

Keywords: Komunikasi Digital, Media Sosial, Strategi Komunikasi Organisasi

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang semakin pesat, media sosial sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan Masyarakat saat ini. Kehadiran media sosial tidak lagi hanya dipandang sebagai sarana hiburan atau interaksi pribadi, melainkan sudah mengalami pergeseran fungsi menjadi media yang strategis dalam menyebarluaskan informasi dan menjalan

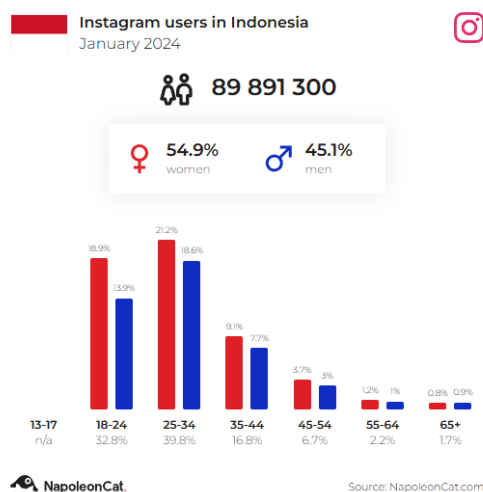
komunikasi publik secara luas. Berbagai organisasi, komunitas hingga individu kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana

untuk membentuk citra, memperluas jangkauan pesan, dan membangun hubungan dengan baik secara langsung .

Platform media sosial yang digandrungi oleh khalayak ini terjadi disebabkan komunikasi korporat memainkan peran kompetitif, karena harus melaksanakan “pengamanan brand image” yang merupakan tugas pokok sebuah perusahaan (Nugroho and Azzahra 2022). Sebagai komunitas, pentingnya menjaga Brand image agar komunitas tetap menjadi pilihan bagi

Masyarakat yang mempunyai kesukaan dan tujuan yang sama. Britzoners adalah sebutan untuk followers Instagram atau anggota komunitas britzone, saat ini diketahui sudah lebih dari 23 ribu pengikut dari berbagai daerah di Indonesia, dengan demikian, untuk memfasilitasi interaksi dengan anggota komunitas, britzone juga menggunakan media live di Instagram, zoom, youtube, dan discord. Dengan demikian tidak ada halangan bagi anggota komunitas untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu dengan yang lain.

Instagram adalah salah satu media sosial yang populer di kalangan anak muda saat ini, dilansir dari napoleoncat.com, jumlah pengguna Instagram per januari 2024 adalah : 89,891.300 Dengan didominasi oleh usia : 24-34 tahun : 35.776.000 (39,8%) , kemudian 18-24 tahun : 29.484.000 (32,8%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh generasi muda. Data ini diambil dari (NapoleonCat,2024)



Salah satu komunitas belajar bahasa Inggris yang aktif di media sosial adalah @britzone.id, sebuah akun Instagram milik komunitas Britzone. Akun ini telah memiliki

jumlah pengikut yang cukup besar, per tanggal 22 juni 2025 jumlah pengikut akun ini adalah 23,3k , yang menunjukkan adanya ketertarikan publik terhadap konten dan komunitas tersebut. Namun, berdasarkan pengamatan awal, tingkat interaktivitas dari followers, seperti jumlah komentar, likes, maupun repost masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan jumlah pengikutnya. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah audiens yang tercapai dan tingkat partisipasi atau keterlibatan mereka terhadap konten yang dipublikasikan.

Masalah ini menjadi relevan untuk diteliti dalam konteks komunikasi digital dan penggunaan media baru, di mana interaktivitas menjadi salah satu ciri utama dan nilai strategis media sosial. Dalam teori New Media yang dikemukakan oleh piere levy, media baru ditandai oleh ciri seperti interaktivitas, hipertekstualitas, multimedialitas, dan konvergensi, yang semuanya bertumpu pada kemampuan pengguna untuk tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga ikut aktif dalam proses komunikasi. Ketika akun media sosial berskala besar tidak mampu menciptakan interaksi yang seimbang, maka dapat dipertanyakan bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan, dan sejauh mana konten yang diproduksi mampu memenuhi kebutuhan atau preferensi followers.

Britzone adalah satu komunitas Bahasa Inggris ini sudah berdiri dan beroperasi sejak tahun 2003 dan berlokasi di Perpustakaan Kemendikbud (saat ini berubah menjadi kemendikdasmen), Gedung A Senayan, Jakarta Selatan. Selain memberikan kelas dan seminar gratis menggunakan Bahasa Inggris, Britzone juga merupakan komunitas yang mengaplikasikan nilai kepemudaan,

empowerment, budaya, dan lain – lain di dalam menjalankan komunitasnya. komunitas Bahasa Inggris berbasis sosial non-profit organization yang mempunyai tujuan untuk mewujudkan semangat belajar Bahasa Inggris yang dikemas secara menyenangkan bagi siapapun untuk meningkatkan kemampuan berbahasa inggris. Kelas diadakan tiga kali setiap minggunya, yakni setiap Selasa, Rabu dan Sabtu(Frisca 2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana strategi komunikasi digital yang digunakan oleh admin akun Instagram @britzone.id dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi kepada followers-nya. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti ingin menelusuri proses perencanaan, produksi konten, dan cara pengelola akun mengaktifkan interaksi digital guna membangun hubungan yang lebih bermakna dengan audiensnya

2. METODE PENELITIAN

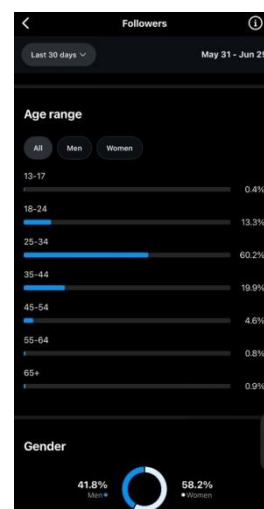
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan metode ini peneliti menginginkan untuk bisa mendeskripsikan secara spesifik dan secara mendalam sesuai dengan actual atau fakta dilapangan. penelitian kualitatif, terdapat 5 model, yaitu biografi, fenomenologi, grounded theory , etnografi dan studi kasus. Untuk studi kasus sendiri adalah suatu inquiry empiris yang mendalami suatu fenomena didalam konteks kehidupan nyata, Ketika fenomena dan konteks tak tampak dengan tegasnya (Hardiansyah,2019). Dengan memilih studi kasus merupakan cara yang penulis gunakan

untuk memberikan Gambaran menyeluruh dan terperinci terkait pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi britzone melalui akun instagramnya. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim humas dan followers akun @britzoneId meliputi analisis pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan Instagram @Britzone.id Sebagai Media Informasi

Peneliti akan memaparkan temuan terkait bagaimana akun Instagram @Britzone.id dimanfaatkan sebagai media informasi bagi para followers. Temuan ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun serta hasil observasi terhadap konten dan aktivitas pada akun tersebut. Pemaparan berikut menggambarkan bentuk, jenis, dan pola penyampaian informasi yang dilakukan @Britzone.id melalui berbagai fitur Instagram



Gambar 1 Age Range Followers

Sumber : Instagram Britzone,2025.

Menurut hasil wawancara dengan Jhon Kenedy selaku Vice President Media Advertising, Followers dari Britzone didominasi umur 25 – 34 Tahun yaitu sebesar 60,2% , Kemudian umur 35 – 44 Tahun sebesar 19.9% , dan umur 18 – 24 tahun sebesar 13.3% , yang artinya followers dari Britzone adalah Sebagian besar di kalangan Gen Z dan Milenial.

Instagram Britzone digunakan untuk menginformasikan tentang jadwal kelas, event yang akan diadakan, dan konten edukatif. Ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Dina Farahiyah selaku team media and advertising, menurutnya informasi yang disampaikan ke follower adalah Konten tentang kelas Bahasa Inggris gratis :

“main produknya Britzone adalah kelas kelas Bahasa Inggris gratis , jadi itu adalah tugas utama kita medav untuk menyampaikan advertisement , jadi kita susun mulai dari conductor. Kemudian kita juga rekap foto tentang kegiatannya kemudian kita posting”. (Wawancara dengan Dina, 02/06/2025).

Memperkuat jawaban dari kedua informan diatas terkait jenis konten yang di unggah di Instagram Britzone, menurut hasil olah data analisis konten akun Instagram @BritzoneId sejak 1 Mei sampai 30 Juni 2025, dari total 48 postingan terdapat 22 postingan tentang info kelas. Artinya sebanyak 45,8% postingan dari Britzone adalah info kelas.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan followers yang mengatakan:

Saya follow karena butuh lingkungan Bahasa Inggris, dan biar nggak ketinggalan informasi soal event atau kelas. Teman saya sering repost konten Britzone juga (Wawancara dengan Aldi Septiani, 04/06/2025).

Pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dilakukan secara terstruktur dan konsisten oleh tim media. Setiap informasi yang

disampaikan, khususnya terkait kelas dan kegiatan komunitas, disusun dalam format visual yang menarik dengan waktu unggah yang sudah dijadwalkan.

Kedua data tersebut menunjukkan bahwa informasi telah sesuai dengan visi dan misi dari Britzone Yaitu menyediakan informasi Pendidikan Bahasa Inggris dengan konten informasi kelas.

2. Pemanfaatan Fitur Instagram

Fitur-fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan live digunakan dengan pendekatan yang berbeda-beda, tergantung pada jenis konten yang ingin disampaikan. Penggunaan fitur ini tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan satu arah, tetapi juga sarana menciptakan interaksi dan keterlibatan aktif dari followers. Britzone memanfaatkan fitur Instagram dengan strategi sebagai berikut:

2.1 Feed: Digunakan untuk menyampaikan informasi penting seperti jadwal kelas, iklan kelas, atau kegiatan komunitas. Feed di-posting secara terjadwal, misalnya H-2 menjelang kelas.

Feed kita biasa gunakan untuk informasi kelas, buat info-info yang penting, seperti iklan kelas, misalkan untuk kelas hari Selasa, kita selalu posting H-2. (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025)



Gambar 2 Feed Akun Instagram Britzone

Sumber : Instagram britzone, 2025

2.2 Reels: Digunakan untuk menyajikan konten fun dan trendy agar lebih menarik bagi followers.

Bikin video trendy agar orang tertarik, karena orang lebih tertarik video yang trendy, bukan yang normal aja. Engagement-nya juga bagus. (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025)



Gambar 3 Reels Akun Instagram Britzone

Sumber : Instagram britzone,2025

2.3 Story: Digunakan untuk membuat polling, Q&A, dan repost aktivitas followers setelah kelas.

Story untuk Q&A dan polling supaya lebih bisa komunikasi lebih dengan britzoners, kita juga biasa pakai untuk repost. (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025)



Gambar 4 Story Akun Instagram Britzone

Sumber : Instargam britzone,2025

2.4 Live Jarang digunakan karena audiensnya sedikit. Live hanya dilakukan pada momen-momen tertentu. *Live pernah dipakai, tapi jarang sih, karena audiencenya sedikit. Jadi live bakal digunakan hanya di momen tertentu saja. (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025)*

2.5 Link di bio dan tag: Memanfaatkan Linktree dan fitur tag untuk mengarahkan followers ke platform lain seperti pendaftaran kelas atau pembelian merchandise.

"Kita pakai Linktree, biasanya kita juga selalu pakai di feed dan story kita. Contohnya jika kamu mau membeli kaos ini, klik link di bio." (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025).

3.Strategi Membangun Interaktivitas dan Kolektivitas

Konsep kolektivitas dalam media baru tercermin dari upaya Britzone mendorong partisipasi followers dalam produksi maupun distribusi konten. Melalui caption yang bersifat ajakan, polling interaktif, dan repost dari partisipan kelas, Britzone membentuk semangat komunitas yang inklusif.

"Kalau promosi merchandise, saya bikin wording di story: 'If you purchase official merchandise, please repost us.' Itu bentuk partisipasi sederhana tapi penting. Kita juga sering repost story dari Britzoners setelah ikut kelas." (Wawancara dengan Jhon Kenedy, 02/06/2025).

Followers pun menanggapi positif ajakan tersebut. Aldi menyampaikan:

"Saya biasanya komen kalau ada info kelas yang menarik. Kadang juga repost kalau ikut polling atau merasa relate sama kontennya."

Submit Date: 01 Oktober 2025 Accepted Date: 06 Oktober 2025 Published Date : 13 Oktober 2025

Untuk mendorong partisipasi followers, Britzone menggunakan ajakan dalam story atau caption.

"Contohnya saya buat caption... kalau kamu purchase official merchandise, please repost us. Mungkin itu cara untuk followers bisa ikut berpartisipasi." (Jhon Kenedy)

Britzone aktif merepost story dari followers dan menggunakan fitur polling atau Q&A untuk meningkatkan partisipasi.

4.Strategi Visual dan Penyampaian Pesan

Konten *feed* britzone sudah dibuat template, karena focus utama adalah pesan tersampaikan dengan jelas.

"Untuk penyampaian pesan itu udah tersampaikan, karena juga udah ada templatennya. Challenge-nya itu di konten yang tidak ada templatennya, seperti konten weekly." (Wawancara dengan Dina Farahiya, 02/06/2025).



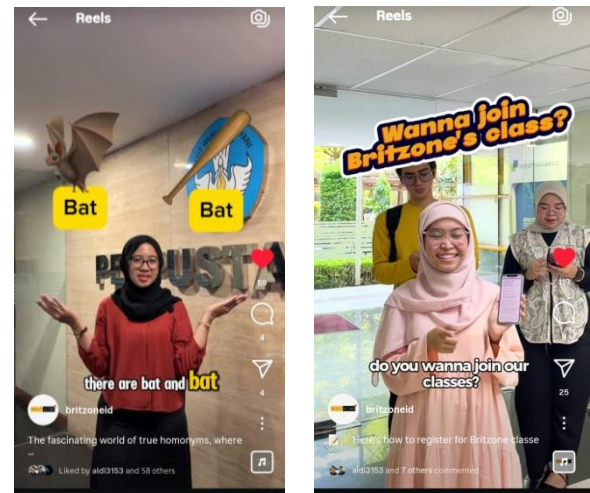
Gambar 5 Template Feed Britzone

Sumber : Instagam britzone,2025

Untuk menjaga engagement, Britzone mencoba membuat minimal satu konten trendy setiap bulan agar tetap menarik.

Mostly konten yang engagement-nya tinggi itu konten yang trendy, walaupun agak bertabrakan dengan fungsi awal kita yang

adalah untuk edukasi. (Wawancara dengan Dina Farahiya, 02/06/2025).



Gambar 6 Konten Trendy Britzone

Sumber : Instagam britzone,2025

5.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi dan komunikasi bagi followers (Studi Kasus Akun Instagram @BritzoneId), serta berdasarkan teori media baru dari Pierre Lévy, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Instagram Sebagai Media Informasi Utama

Britzone memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi terkait kelas, event, merchandise, dan kegiatan komunitas lainnya. Instagram dipilih karena dianggap lebih populer, komunikatif, dan memiliki fitur yang mendukung komunikasi dua arah. Hal ini sesuai dengan konsep media baru Lévy yang menekankan sifat konektivitas dan kecepatan distribusi informasi.

2. Pemanfaatan Fitur Instagram Secara Strategis

Setiap fitur Instagram dimanfaatkan secara optimal dengan tujuan yang berbeda. Feed digunakan untuk informasi utama, reels untuk konten yang menarik dan menghibur, story untuk polling dan Q&A, serta live hanya untuk momen khusus. Penggunaan fitur-fitur ini memperkuat hubungan antara komunitas dan followers secara real time.

3. Interaktivitas dan Kolektivitas yang Aktif

Akun @Britzone.id menunjukkan pola interaksi aktif dengan followers melalui balasan komentar dan DM, penggunaan fitur polling, Q&A, serta ajakan partisipasi melalui caption. Followers pun terlibat secara sukarela dalam menyebarkan konten komunitas seperti repost story dan komentar. Hal ini mencerminkan konsep kolektivitas dan interaktivitas yang dijelaskan Lévy.

4. Penyampaian Pesan dan Visual yang Relevan

Britzone menjaga konsistensi desain visual melalui penggunaan template untuk feed dan kreativitas untuk reels dan konten edukatif lainnya. Visual yang rapi dan desain kekinian mampu menjangkau target audiens muda dan membangun identitas visual komunitas.

5. Evaluasi dan Tantangan dalam Pengelolaan Konten

Evaluasi konten dilakukan menggunakan insight Instagram untuk menilai efektivitas dan respons audiens. Tantangan yang dihadapi adalah menjaga konsistensi produksi konten edukatif, terutama dalam format video

pendek (reels), serta keterbatasan sumber daya karena pengelolaan dilakukan secara volunteer.

DAFTAR PUSTAKA

- Frisca, Febriyani. 2021. "Britzone ID, Ajak Masyarakat Tak Perlu Takut Salah Berbahasa Inggris." *Fimela.Com*. <https://www.fimela.com/fimelahood/read/4275212/britzzone-id-ajak-masyarakat-tak-perlu-takut-salah-berbahasa-inggris>.
- Herdiansyah, Hariis. 2019. *METODE PENELITIAN KUALITATIF UNTUK ILMU ILMU SOSIAL : PERSPEKTIF KONVENSIONAL DAN KONTEMPORER EDISI 2*. jakarta: salemba humanika.
- Komunikasi, Peran et al. 2024. "Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik Pada Badan Kepegawaian Negara."
- Noventa, Christifera, Iin Soraya, and Arina Muntazah. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini." *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3(3): 626-35.
- Nugroho, Thallita Affifah, and Farah Citra Azzahra. 2022. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 5(1): 136-49.
- Prof.Dr.Ir. Agus Djoko Santoso, and M.kes Dr. Badraningsih Lastariwati. 2019. *METODOLOGI KUALITATIF*. jakarta: kepel Press.
- Promosi, Media, and Pada Akun. 2024. "Andriansyah Nim : 44200674."
- Sari, Resha Permata. 2024. "Pemanfaatan Akun Media Sosial Instagram @Yayasanrkp Sebagai Media

- Komunikasi Pecinta Kucing.” (6520).
Veranita, Mira, Rini Susilowati, and Ramayani Yusuf. 2021. “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku).” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 17(3): 279–90.
- Frisca, Febriyani. 2021. “Britzone ID, Ajak Masyarakat Tak Perlu Takut Salah Berbahasa Inggris.” *Fimela.Com*. <https://www.fimela.com/fimelahood/read/4275212/britzone-id-ajak-masyarakat-tak-perlu-takut-salah-berbahasa-inggris>.
- Herdiansyah, Hariis. 2019. *METODE PENELITIAN KUALITATIF UNTUK ILMU ILMU SOSIAL: PERSPEKTIF KONVENSIONAL DAN KONTEMPORER EDISI 2*. jakarta: salemba humanika.
- Komunikasi, Peran et al. 2024. “Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik Pada Badan Kepegawaian Negara.”
- Noventa, Christifera, Iin Soraya, and Arina Muntazah. 2023. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini.” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3(3): 626–35.
- Nugroho, Thallita Affifah, and Farah Citra Azzahra. 2022. “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do.” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 5(1): 136–49.
- Prof.Dr.Ir. Agus Djoko Santoso, and M.kes Dr. Badraningsih Lastariwati. 2019. *METODOLOGI KUALITATIF*. jakarta: kepel Press.
- Promosi, Media, and Pada Akun. 2024. “Andriansyah Nim : 44200674.”
- Sari, Resha Permata. 2024. “Pemanfaatan Akun Media Sosial Instagram @Yayasanrpk Sebagai Media Komunikasi Pecinta Kucing.” (6520).
- Veranita, Mira, Rini Susilowati, and Ramayani Yusuf. 2021. “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku).” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 17(3): 279–90.