

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN MATERI PEMASARAN PRODUK MATA PELAJARAN PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN KELAS XII MULTIMEDIA SMKN 1 SURABAYA

Karmila Ridha Rahma<sup>a</sup>, Hari Sugiharto Setyaedhi<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

\*Correspondence: [karmilaridha.19081@mhs.unesa.ac.id](mailto:karmilaridha.19081@mhs.unesa.ac.id)

### Abstract

*The purpose of this study was to find out the use of social media Instagram as a learning medium for product marketing materials in the multimedia department of SMKN 1 Surabaya. The research method used is a qualitative method, while the research design used is a case study. Methods of data collection using observation, interviews, and documentation studies. To test the validity of the data using the credibility test (Internal Validity) and Transferability test (External Validity). The subjects in this study were students of class XII Multimedia. Data collection using interviews, observation, and documentation was used to determine the characteristics of students, knowledge of sources related to Instagram social media, and the number of project assignments. The main results of this study indicate that students can utilize Instagram social media as a learning medium in creative and entrepreneurship product subjects to carry out product marketing and promotion, providing the latest references to students can provide stimulation their creativity, in the implications of working on projects using Project Based Learning learning model..*

**Keywords :** *Utilization, Learning Media, Social Media, Instagram, Creative Products and Entrepreneurship*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pembelajaran pada materi pemasaran produk di jurusan multimedia SMKN 1 Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Untuk uji keabsahan data menggunakan uji Credibility (Validitas Internal) dan uji Transferability (Validitas Eksternal). Subjek dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas XII Multimedia. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi digunakan untuk mengetahui karakteristik peserta didik, pengetahuan narasumber terkait media sosial Instagram, dan kuantitas pemberian tugas proyek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peserta didik mampu memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media pembelajaran dalam mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan untuk melakukan pemasaran dan promosi produk, dengan memberikan referensi terbaru kepada peserta didik dapat memberikan rangsangan terhadap kreativitas mereka, dalam implikasi pengerjaan proyek menggunakan model pembelajaran Project Based LearningI.

**Katakunci:** Pemanfaatan, Media Pembelajaran, Media Sosial, Instagram, Produk Kreatif dan Kewirausahaan.

## **Pendahuluan**

Freud Pervical dan Henry Ellington (1988) mengatakan bahwa, inovasi dari suatu pembelajaran yang dilakukan ketika berkembangnya teknologi informasi digital merupakan pemanfaatan sarana teknologi informasi yang berkembang di era revolusi industri 4.0 untuk meningkatkan mutu pembelajaran. Penyesuaian pembelajaran dengan perkembangan teknologi merupakan langkah yang tepat untuk beradaptasi dengan perkembangan era digital. Untuk menunjang hal tersebut pendidikan kewirausahaan dicondongkan secara khusus agar para peserta didik memiliki jiwa entrepreneur atau kewirausahaan dengan karakter yang kreatif, inovatif, produktif dan mandiri. Media sosial Instagram merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi di era digital. Selain itu, media sosial memiliki banyak sekali manfaat yang bisa digunakan di bidang pendidikan, bisnis dan kewirausahaan, traveling, dan masih banyak lainnya.

Pada pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan yang dilakukan di SMKN 1 Surabaya, peserta didik merasa kurang mendapatkan implementasi materi dengan baik karena materi yang sifatnya masih kontekstual. Selain itu, sumber belajar yang ada juga terbatas hanya dari buku Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) namun jika ditinjau dari kegiatan project masih belum diimplementasikan secara penuh. Hal tersebut mengakibatkan minat dan motivasi peserta didik menurun, sehingga peserta didik jarang mempraktekkan hasil belajar dari materi kembali secara mandiri.

Dalam mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan memiliki salah satu materi yakni pemasaran produk, karakteristik materi tersebut berbasis project dan membutuhkan strategi pemanfaatan fasilitas yang akan digunakan sebagai media pembelajaran agar mudah dipahami oleh peserta didik. Dalam pemilihan fasilitas dapat dibantu dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. Menurut Neil Selwyn (2009), adapun keunggulan media sosial sebagai sarana pembelajaran dalam pemanfaatan media terletak pada pemanfaatan informasi yang luas dan aspek interaksi.

Berdasarkan paparan penjelasan diatas, maka diperlukan penelitian Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pembelajaran Materi Pemasaran Produk Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Kelas XII Multimedia SMKN 1 Surabaya

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus. Subjek pada penelitian ini adalah peserta didik kelas XII Multimedia SMKN 1 Surabaya Untuk sumber data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara dengan kepala program keahlian, pengampu mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan, serta peserta didik kelas XII Multimedia SMKN 1 Surabaya.

Dalam memperoleh informasi yang lain, peneliti melaksanakan observasi dan pengamatan langsung sebagai sumber pendukung untuk data sekunder. Teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan studi dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Untuk uji keabsahan data, menggunakan teknik – teknik uji keabsahan data seperti triangulasi teknik dan teknik triangulasi sumber, member checking, dan memeriksa konsistensi antara hasil temuan dengan literatur terkait. Hal ini dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipercaya dan hasil penelitian dapat diterima sebagai suatu kontribusi penting dalam penelitian di bidang media sosial dan pembelajaran.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam proses pengambilan data menggunakan tehnik wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sesuai dengan metode pendekatan penelitian yakni kualitatif. Untuk teknik wawancara, peneliti mengambil data dari beberapa informan yakni kepala program keahlian, guru mata pelajaran dan peserta didik.

#### **Karakteristik Peserta Didik Multimedia**

Dalam wawancara dengan kepala program keahlian dan pengampu mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan, didapatkan informasi bahwa karakteristik peserta didik Multimedia SMKN 1 Surabaya jika ditinjau dari keterampilan, mereka memiliki standard yang sesuai dengan kompetensi yang diharapkan, kompetensi dari jurusan Multimedia sendiri yakni melakukan produksi terhadap berbagai macam bentuk konten multimedia, seperti pembuatan video, audio, grafis, dan sebagainya. Sedangkan untuk karakteristik moral dan etika dari peserta didik, memiliki karakteristik yang tidak pernah melanggar norma tertentu.



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara bersama Kepala Program Keahlian Multimedia

#### **Pengetahuan Narasumber Terkait Media Sosial Instagram**

Baik kepala program keahlian, pendidik dan peserta didik pun tidak merasa asing untuk menggunakan media sosial secara umumnya. Peserta didik memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan personal branding, update karya portfolio dan melakukan pencarian referensi karya terbaru. Para informan pun mengetahui manfaat media sosial instagram dalam bidang pendidikan dan kewirausahaan, salah satunya yakni dapat menyampaikan promosi dan pemasaran produk yang biasa di perjual-belikan. Namun, pendidik mata pelajaran berpendapat lebih sering menggunakan whatsapp dan google classroom sebagai platform lain dikarenakan sebelumnya mengalami pembelajaran online selama pandemi covid.



Gambar 2. Dokumentasi Wawancara bersama Pendidik

#### **Kuantitas Pemberian Tugas Praktek Berupa Project Dalam Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan.**

Dalam hal ini, dilakukan in-depth interview sejumlah lima peserta didik. Mereka memberikan penjelasan bahwa peserta didik kurang mendapatkan tugas praktikum dan praktek inovatif dalam pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Peserta didik merasa kurang

mendapatkan tugas proyek berupa praktek dalam pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, sedangkan hasil observasi menunjukkan bahwa pendidik lebih sering memberikan teori dan pengerjaan butir-butir soal melalui LKPD secara tertulis. Peserta didik juga menjelaskan, bahwa mereka merasa tidak puas dengan referensi atau inovasi yang diberikan oleh pendidik. Peserta didik mengharapkan adanya berbagai inovasi dan tips terkini dalam dunia digital, terutama di bidang kewirausahaan, seperti penggunaan media sosial sebagai media promosi. Mereka berharap bahwa inovasi-inovasi tersebut dapat mereka manfaatkan di masa depan, baik dalam dunia kerja maupun kewirausahaan. Peneliti melihat hal tersebut sebagai salah satu masalah yang perlu diselesaikan, terutama karena telah dikeluhkan oleh peserta didik selama kegiatan pembelajaran.



Gambar 3. Dokumentasi Wawancara bersama Peserta Didik

Dalam salah satu hasil observasi menyatakan bahwa, “Proses kegiatan belajar mengajar di kelas masih termasuk dalam suasana kelas yang kondusif, guru lebih sering memberikan tugas melalui LKPD (Lembar Kerja Peserta Didik), dimana peserta didik lebih sering mengerjakan tugas secara tertulis. Praktek yang diberikan juga minim sehingga membuat peserta didik jarang melakukan tugas praktikum.” Hal tersebut membuktikan adanya kecocokan data observasi dengan data wawancara.



Gambar 4. Dokumentasi Proses Kegiatan Belajar di Kelas

### **Wawancara dengan Praktisi Media Sosial**

Untuk mendapatkan data dari sumber diluar konteks penelitian dalam rangka memenuhi uji validitas eksternal (transferability) guna memeriksa konsistensi antara hasil temuan dengan literatur terkait, maka diberikanlah kesempatan untuk mewawancarai praktisi media sosial yang telah bekerja selama 6 tahun sebagai Art Director di salah satu agensi manajemen media sosial yang ada di Surabaya yakni Alpaka Social Media. Hasil wawancara yang didapatkan yakni, praktisi memberikan gambaran lebih dalam terkait dengan keuntungan apa saja yang bisa didapatkan dengan memanfaatkan media sosial instagram, seperti penggunaan tentang fitur-fitur Instagram yang dapat dimanfaatkan untuk promosi dengan menggunakan fitur feed, story, ataupun reels. Dengan memberikan kontribusi kreatifitas lebih dalam penggunaan media sosial, juga dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan. Praktisi juga menambahkan imbuhan bahwasannya Instagram merupakan aplikasi atau media sosial yang bersifat multimedia interaktif, dimana hal

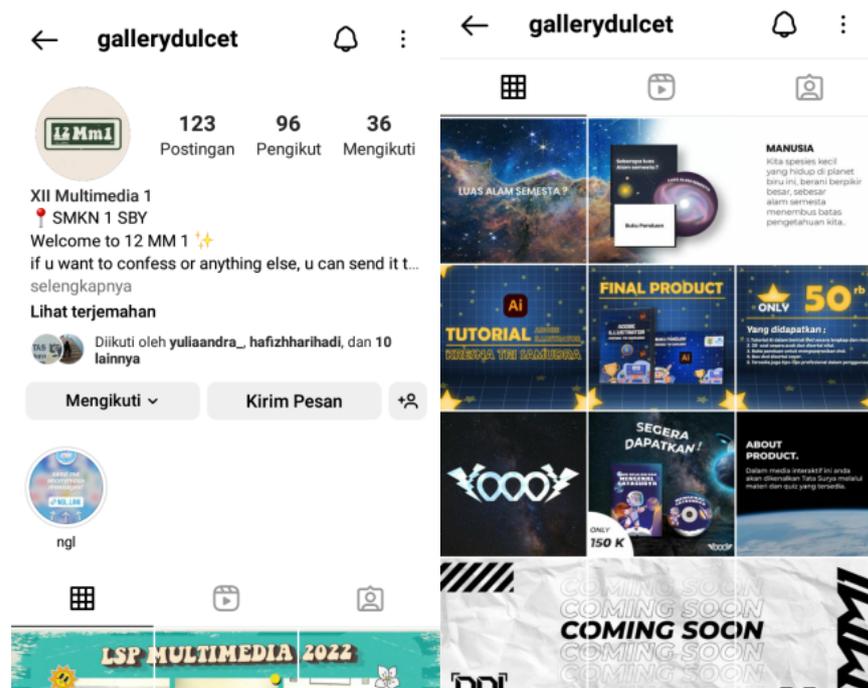
tersebut juga sesuai dengan sifat dari karakteristik New Media (menurut Seels dan Glasgow, 2013) yang memiliki unsur media audio-visual dan dapat memberikan respon antar pengguna dengan media tersebut. Multimedia Interaktif juga terdapat dalam konteks jenis media pembelajaran (menurut Wati, 2016) yang berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan berupa pengetahuan, keterampilan dan sikap peserta didik. Praktisi juga memberikan pendapat bahwa jika para peserta didik mengetahui dan memanfaatkan penggunaan Instagram untuk bisnis, edukasi, dan personal branding, maka bisa memberikan dampak positif sekaligus menekankan pentingnya menanamkan pola pikir kewirausahaan pada peserta didik sejak dini.



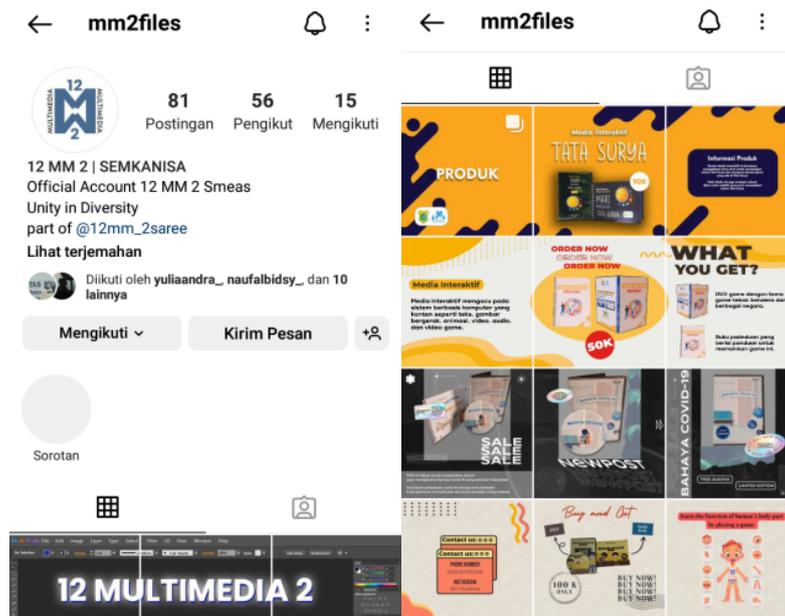
Gambar 5. Dokumentasi Wawancara dengan Praktisi

### Implikasi Hasil Penelitian

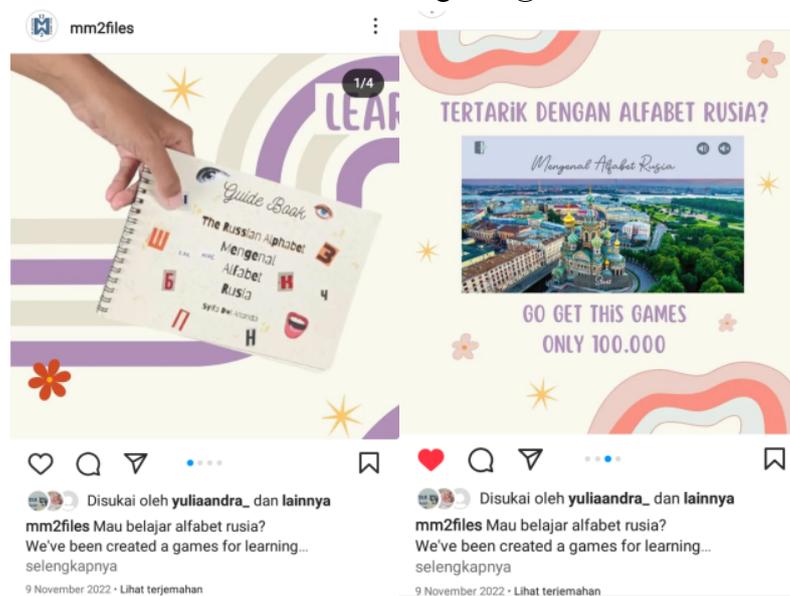
Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pembelajaran dilakukan dengan pemberian tugas proyek berupa praktek dengan menggunakan kombinasi model pembelajaran Project Based Learning dalam mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, terutama dalam dunia digital seperti penggunaan media sosial Instagram dalam bidang kewirausahaan untuk dijadikan sebagai media promosi.



Gambar 6. Akun Instagram @gallerydulcet



Gambar 7. Akun Instagram @mm2files



Gambar 8. Salah satu hasil publikasi dan promosi hasil produk milik peserta didik.

### Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti menyimpulkan bahwa peserta didik mampu dan mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pembelajaran dalam mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan materi pemasaran produk. Peserta didik memiliki ketertarikan pada dunia digital dan memiliki kompetensi yang sesuai dengan jurusan Multimedia, sehingga penggunaan Instagram dalam pembelajaran dapat memicu motivasi dan kreativitas peserta didik. Selain itu, perlu dilakukan penyesuaian dalam pemberian tugas dan referensi yang inovatif agar peserta didik merasa lebih puas dan siap menghadapi dunia kerja maupun kewirausahaan setelah lulus. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan motivasi dan kreativitas peserta didik di bidang promosi produk kreatif dan kewirausahaan. Namun, perlu diperhatikan juga aspek etika dan keamanan digital untuk menghindari dampak negatif dari penggunaan media

sosial. Evaluasi berkala juga perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran di masa depan.

### Daftar Pustaka

- AECT. (2008). *Domain of Educational Technology*. Washington: AECT.
- Ambarsari, Z. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Pada Era 4.0. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III Tahun 2020*, 81-85.
- Arsyad, A. (1997). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Arsyad, A. (2006). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assidik, G. K. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Berbasis Literasi Digital Yang Interaktif Dan Kekinian. *Prosiding SAGA*, 242-246.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Edukasi, S. (2022, Juli 21). *Buku Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK MAK Lengkap*. Dipetik Oktober 3, 2022, dari <https://www.berkasedukasi.com/2022/07/buku-produk-kreatif-dan-kewirausahaan.html>
- Fujiawati, F. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *JKPS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)*, 32-44.
- Kristanto, A. (2016). *Media Pembelajaran*. Surabaya: Bintang Surabaya.
- Lapu, B. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Surabaya: Salemba Humanika.
- Mila. (2018). Pengembangan Media Multi Representasi Berbasis Instagram Sebagai Alternatif Pembelajaran Daring. *Skripsi*, 17-22.
- Moelong, L. J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Nanda, W. S. (2022). Dalam *Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Media Pembelajaran Editing Video di Kalangan Anggota Audio Visual di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* (hal. 15-18).
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif, Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbios Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurhalimah, S. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta.
- Putri Dewi Anggraini, d. (2021). Analisis Penggunaan Model Pembelajaran Project Based Learning Dalam Peningkatan Keaktifan Siswa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 294-295.
- Rianto, P. (2020). *Modul Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
- Riko, d. (2020). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran di Sekolah Menengah Pertama. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 258-266.
- Rizaty, M. A. (2022, Agustus 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Dipetik Oktober 4, 2022, dari [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id): <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Robinson Situmorang, d. (2006). *Kawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Universitas Terbuka Jakarta.

- Selwyn, N. (2009). Dalam *Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. Learning Media and Technology* (hal. 157-174).
- Setiawan, R. (2013). *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia*. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*.
- Soegoto, E. S. (2009). *Entrepreneurship menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Soeprapto. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Universitas Terbuka Jakarta.
- Solehudin, M. (2019). Dalam *The Influence of Creative Learning Assisted by Instagram to Improve Middle School Students' Learning Outcomes of Graphic Design Subject* (hal. 849-865).
- Sugiyono. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sulistyoningrum, T. (2020). *Teknik Pengolahan Audio dan Video*. Surakarta: CV Putra Nugraha.
- Surabaya, S. N. (2021). *Profil Jurusan Multimedia*. Dipetik Oktober 4, 2022, dari <http://www.smkn1-sby.sch.id/jurusan/profil/4>
- Wati, R. E. (2008). *Ragam Media Pembelajaran*. Jakarta: CV. Solusi Distribusi.