



Media Pembelajaran Video Tutorial Berbasis Media Sosial *Instagram* Untuk Meningkatkan Hasil Belajar

Ita Prihatining Wilujeng¹, Sopiha Sopiha², Handri Dian Wahyudi³

Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang

Korespondensi penulis: ita.prihatining.fe@um.ac.id

Article History:

Received: 30 Juni 2023

Revised: 18 Juli 2023

Accepted: 08 Agustus 2023

Keywords: learning media, video tutorials, social media, Instagram.

Abstract: Teachers should master various learning methods to improve students' understanding of the subject. The existence of online learning requires them to be able to convey material well to students without going through face-to-face activities and further explanations. Social media can be used in the learning process because it can save and share videos with students without needing to be downloaded and only requires a strong Internet network. One social media that can be used is Instagram that frequently accessed by students, this application can facilitate relationships with people in one direction or two directions, so it can attract and make it easier for students to access subject matter. In this community service implementation, the team provides training to vocational school's teachers with lectures and questions and answers related to the use of this social media. As a result, teachers can master the Instagram social media application and understand the various features that are used in video tutorial learning media.

Abstrak

Untuk meningkatkan ketrampilan peserta didik atau siswa dalam menguasai materi yang disampaikan, pengajar atau guru dituntut untuk menguasai berbagai metode pembelajaran. Adanya sekolah daring, menuntut guru untuk dapat menyampaikan materi dengan baik pada siswa namun tanpa melalui kegiatan tatap muka dan penjelasan lanjut. Media sosial dipilih untuk digunakan dalam proses pembelajaran karena mampu menyimpan dan membagi video kepada siswa tanpa perlu diunduh, hanya membutuhkan jaringan Internet yang kuat. Media sosial yang dapat digunakan ialah aplikasi Instagram, karena selain sering diakses oleh siswa aplikasi ini mampu memfasilitasi hubungan dengan orang banyak secara satu arah maupun dua arah, sehingga dapat menarik serta memudahkan siswa dalam mengakses materi pelajaran. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada guru SMK dengan ceramah dan tanya jawab terkait penggunaan media sosial ini. Hasilnya para guru dapat menguasai aplikasi media sosial Instagram dengan baik, dan memahami berbagai fitur yang ada yang digunakan dalam media pembelajaran video tutorial.

Kata kunci: media pembelajaran, video tutorial, media sosial, Instagram.

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya sekolah membekali peserta didik untuk siap menghadapi dunia kerja. Sehingga pembelajaran yang diterapkan menekankan pada kualitas keterampilan. Namun keterbatasan ruang dan sarana pendukung praktikum, serta pesatnya perkembangan teknologi pembelajaran yang tidak diimbangi kemampuan adaptasi siswa dan pengajar, mengakibatkan kualitas keterampilan siswa turut menurun. Untuk itu perlunya alternatif cara sebagai upaya peningkatan hasil belajar siswa.

Saat ini belajar tidak harus menggunakan buku. Ada banyak media selain buku yang bisa menjadi wadah kita untuk menambah ilmu pengetahuan (Agustin & Ayu, 2021). Dengan perkembangan terbaru dalam teknologi seluler, guru dan pendidik tidak dapat mencegah

* Ita Prihatining Wilujeng, ita.prihatining.fe@um.ac.id

perangkat seluler dari ruang kelas (Khalitova & Gimaletdinova, 2016). Demikian pula para siswa juga telah banyak yang memiliki perangkat elektronik untuk mendukung proses belajar, dan merangkap telah banyak yang memiliki fasilitas Wifi di rumah untuk mendukung pembelajaran secara online. Selain itu, maraknya pembelajaran online juga mengacu pada penggunaan platform e-learning dan jejaring sosial sebagai alat bantu dalam proses pendidikan (Coman et al., 2021). Sehingga dapat dipastikan bahwa siswa mampu mengakses materi dari video tutorial dengan mudah. Meskipun demikian, terkadang siswa masih memiliki kendala, yaitu banyaknya materi yang diunduh dan disimpan pada perangkat, mengakibatkan materi tertumpuk pada perangkat dan sulit untuk dicari ketika dibutuhkan. Hal ini dapat mengakibatkan daya tarik siswa untuk belajar menurun karena harus kesulitan mencari file yang dibutuhkan. Serta banyaknya file video yang memerlukan penyimpanan besar, dapat mengakibatkan kelambatan atau gangguan pada perangkat yang dimiliki. Terlebih pada siswa yang memiliki perangkat dengan penyimpanan rendah, dapat mengalami kesulitan dikarenakan perangkat tidak mampu mengunduh video tutorial.

Untuk itu perlu adanya solusi untuk memudahkan siswa dalam mengakses video tutorial. Hal ini dapat diatasi dengan peng-*upload*-an video tutorial pada media sosial. Media sosial dipilih dikarenakan dapat menyimpan video, dan dapat diakses tanpa perlu diunduh. Siswa hanya perlu terhubung pada jaringan internet yang kuat. Dengan menerapkan media sosial di kelas, seperti facebook, instagram, blog dan twitter, siswa akan sangat termotivasi untuk berinteraksi sosial dengan teman sebayanya.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan ialah aplikasi *Instagram*, yang merupakan salah satu media sosial yang populer di Indonesia (Suciati, 2018). Dikatakan bahwa *Instagram* merupakan alternatif pembelajaran daring yang sangat menarik, dikarenakan dapat menyimpan video, memiliki fitur menarik yang dapat digunakan untuk menyampaikan materi terbaru, dan sering diakses oleh siswa karena merupakan aplikasi yang memfasilitasi untuk berhubungan dengan orang banyak secara satu arah maupun dua arah, menyediakan berbagai hiburan informasi terkini pada penggunanya, dan memiliki fitur menarik lain yang dapat menarik serta memudahkan siswa dalam mengakses materi pelajaran (Carpenter et al., 2020). Selain itu Instagram menjangkau audiens yang lebih muda dan lebih beragam daripada jejaring sosial lainnya (Salomon, 2013). Dengan demikian, Instagram memiliki karakteristik yang menguntungkan karena termasuk dalam kategori jejaring sosial dan sumber utama jejaring adalah komunikasi (Mansor, N, 2017)

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini memberikan ketrampilan lebih kepada para pengajar sehingga mereka bisa:

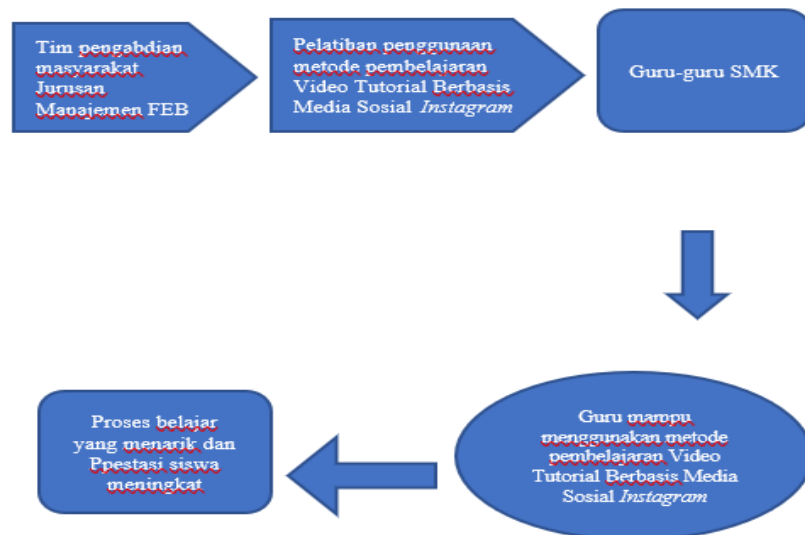
1. Menghasilkan produk media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* untuk mengatasi keterbatasan fasilitas praktikum di sekolah.
2. Mengetahui kelayakan media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* pada mata pelajaran pemasaran.
3. Mengetahui respon siswa dalam penggunaan media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* pada mata pelajaran pemasaran

2. METODE PELAKSANAAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan observasi dan analisis untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh guru dan siswa dalam proses pembelajaran, dengan melakukan pengamatan dan wawancara kepada guru mengenai kondisi pembelajaran di masa pandemi, media pembelajaran dan sumber belajar yang digunakan, kurikulum yang berlaku di sekolah, fasilitas sarana dan prasarana yang ada di sekolah dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan tim guru SMK, diketahui bahwa sekolah telah memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai, namun masih belum memiliki media pembelajaran interaktif untuk menunjang pembelajaran daring (*virtual class*) khususnya pada mata pelajaran Pemasaran. Penggunaan model pembelajaran yang kurang inovatif menyebabkan siswa seringkali merasa bosan dalam kegiatan pembelajaran. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan pelatihan penggunaan media pembelajaran e-learning berbasis *media social Instagram* guna membantu guru dan siswa dalam menunjang kegiatan pembelajaran secara daring.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan antara lain dengan ceramah dan tanya jawab, metode ini menjelaskan tentang konsep materi pelatihan dan diskusi atau tanya jawab mengenai materi dan hal- hal lain yang belum dimengerti oleh peserta, kemudian dilanjutkan dengan mempraktekannya. Metode ini dilaksanakan agar peserta pelatihan tidak hanya memahami secara konseptual tentang materi yang diberikan tetapi juga praktek penggunaan media pembelajaran interaktif.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* diharapkan dapat menjadi sebuah inovasi baru dalam alternatif penyampaian materi pembelajaran yang inovatif bagi seorang guru, meningkatkan daya tarik belajar, serta dapat membantu dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik. Selain itu video tutorial berbasis media sosial *Instagram* diharapkan juga dapat membantu peserta didik dalam belajar secara daring dengan mudah dan menyenangkan, dimana fitur-fitur pada media yang digunakan sudah familiar pada kalangan peserta didik. Memiliki materi yang lebih menarik dibandingkan dengan tulisan pada buku dan video tutorial yang mudah dipahami serta dapat disaksikan secara berulang dalam kurun waktu yang tidak terbatas. Selain itu penggunaan media sosial Instagram juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari lanskap periklanan dan pemasaran saat ini (Chih et al., 2013), yang menjadi salah satu pokok bahasan materi dalam pembelajaran yang ada,

Video tersedia untuk hampir seluruh jenis topik dan untuk jenis penjabaran di seluruh ranah pengajaran kognitif, afektif, kemampuan motorik, interpersonal (Poquet et al., 2018). Lebih lanjut disampaikan pula bahwa video mampu memperluas minat siswa belajar melampaui dinding ruang kelas. Benda-benda yang besar untuk dibawa ke dalam kelas, peristiwa yang berbahaya untuk diamati seperti gerhana matahari dan mampu menghindari waktu serta biaya kunjungan ke lapangan. Berikut adalah penjabaran ranah yang dapat dijangkau video pembelajaran:

1. Kognitif. Dalam ranah kognitif, peserta didik mengamati reka ulang dramatis dari kejadian bersejarah dan perekaman aktual dari kejadian yang telah lalu. Warna, suara, dan gerakan mampu menghidupkan kepribadian, sehingga video dapat membantu

menghidupkan isi dari buku cetak dengan memperlihatkan proses, hubungan, dan teknik.

2. Afektif. Model peran dan pesan dramatis pada video mampu mempengaruhi sikap penikmatnya. Dengan cara tersebut potensi membentuk sikap personal dan sosial melalui video dapat dioptimalkan
3. Kemampuan Motorik. Pertunjukan kemampuan motorik dapat dengan mudah dilihat melalui media daripada dalam kehidupan nyata. pendidik dapat mengajar melalui proses tahap demi tahap, dapat menampilkannya dalam waktu itu yang dikehendaki, mempercepatnya untuk memberikan sebuah tinjauan, atau melambatkannya untuk menampilkan detail yang spesifik.
4. Kemampuan Interpersonal. Ketika peserta didik sedang belajar kemampuan interpersonal, seperti penyelesaian konflik dan hubungan dengan sesama, mereka dapat mengamati orang lain dalam video untuk pertunjukannya dan dianalisis sebelum di praktikkan.
5. Kunjungan Lapangan Virtual. Video mampu membawa ke tempat yang mungkin tidak dapat dikunjungi. Seperti membawa ke hutan hujan Amazon, hutan Guinea, atau kawasan Kutub Utara yang membeku.
6. Dokumenter
Video merupakan sarana untuk mendokumentasikan kejadian aktual dan menghadirkannya ke dalam ruang kelas. Dokumenter terkait dengan fakta, bukan fiksi, atau versi fakta yang difiksikan. Dokumenter berusaha menggambarkan secara riil kisah-kisah nyata mengenai situasi dan orang-orang nyata.
7. Dramatisasi
Video memiliki kemampuan untuk menimbulkan keterpesonaan pada peserta didik. Seperti acara televisi, yang mampu membawa para penonton ke dalam dunia cerita yang ditampilkan.
8. Penceritaan Kisah Lewat Video. Menceritakan kisah merupakan salah satu kemampuan penting untuk dikembangkan pada peserta didik dari seluruh usia. Penceritaan kisah lewat video memungkinkan mereka untuk kreatif dengan mengembangkan kemampuan mereka memahami visual, kemampuan menulis, dan kemampuan memproduksi video.

Instagram merupakan salah satu aplikasi smartphone media sosial yang cukup populer dan banyak digunakan oleh masyarakat terutama kalangan remaja atau siswa. Nama *Instagram* diambil dari kata “insta” yang asalnya instan dan ”gram” dari kata telegram. Sehingga *Instagram* merupakan gabungan dari kata instan dan telegram. *Instagram* adalah sebuah

aplikasi dari handphone yang merupakan salah satu media digital yang mempunyai fungsi sama dengan media sosial lain seperti Twitter, namun memiliki perbedaan yaitu terletak pada fitur pengambilan foto dan video yang dibagikan pada sesama pengguna (Al-Ali, 2014). Lebih lanjut Ali (2014) mengatakan bahwa Instagram merupakan aplikasi jejaring sosial yang mempunyai fungsi gambar dan video dilengkapi dengan beberapa fitur dan filter untuk mengubah hasil warna pada gambar atau video yang di unggah. *Instagram* adalah media sosial yang memudahkan cara berbagi video secara *online* dan merupakan layanan jejaring sosial yang dapat digunakan untuk mengambil dan berbagi ke teman-teman pengguna lainnya .

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat, menuntut aplikasi *Instagram* untuk terus berkembang, terbukti dengan banyaknya fitur yang dapat dinikmati seperti kuis instastory, tanya jawab, filter foto, *Instagram* Televisi, siaran langsung dan berbagai fitur lain. Setiap pengguna *Instagram* dapat berinteraksi dengan sesama pemilik akun melalui kolom komentar atau melalui pesan langsung secara pribadi. *Instagram* memiliki sistem pertemanan dengan menggunakan istilah *following* yang artinya mengikuti dan *followers* yang artinya pengikut. Para pemilik akun dapat menambah pertemanan dan mengikuti aktivitas akun yang ingin diikuti tanpa harus menunggu persetujuan pemilik akun lain. Kecuali pada akun tertentu yang dikunci atau di privasi. Berbagi momen visual dari kehidupan sehari-hari pengguna telah menjadikan platform ini populer (Rusmann & Svensson, 2016).

Disebutkan ada beberapa fitur *Instagram* yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut (Handayani, 2015) :

1. Instagram profile interface

Bagian ini menampilkan informasi tentang profil pengguna. Ini termasuk biografi, profil melingkar foto, jumlah postingan, dan jumlah pengikut/mengikuti pengguna. Opsi "+ Ikuti" memungkinkan pengguna untuk mengikuti pengguna lain dan tetap mendapat informasi terbaru tentang konten yang diposting terakhir.

2. Konten profil.

Ini menyediakan pemirsa untuk menggulir ke bawah profil. Penonton dapat melihat semua foto profil muncul bersamaan. Untuk melihat lebih dekat, terdapat opsi untuk mengeklik foto apa pun. Foto yang dipilih ditampilkan dengan jelas.

3. Konten foto Instagram.

Mengklik foto akan menampilkan versi foto yang lebih besar. Di sini, pemirsa bisa suka foto, tinggalkan komentar, atau baca komentar yang diposting sebelumnya. Dalam konten foto ini juga ditampilkan berapa banyak orang yang telah “menyukai” foto

tersebut, caption foto tersebut, dan komentar yang ditambahkan di bawah caption tersebut.

4. Alat navigasi.

Ada lima ikon yang tersedia di bagian bawah setiap halaman di layar instagram ikonnya adalah halaman beranda, halaman jelajahi, halaman posting, halaman notifikasi, dan milik pengguna halaman profil. Ini adalah alat navigasi dasar untuk instagram.

Di Indonesia perkembangan pengguna internet semakin meningkat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari total populasi, Sebagian besar yang dilakukan saat mengakses internet adalah penggunaan media sosial sebesar 87,4% (Arman & Sidik, 2019). Hal ini menggambarkan potensi penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi di Indonesia sangat besar.

Dalam kegiatan pembelajaran selain penanaman sikap dan perilaku pada siswa, guru harus mampu meningkatkan kreativitas dan keterampilan dalam menyampaikan materi pembelajaran yang lebih bervariasi dan interaktif. Kreativitas berkaitan erat dengan pengetahuan yang dipelajari dan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas. Dari berbagai faktor tersebut, kreativitas teknologi merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kreativitas saat ini (Wiratmoko & Djatiprambudi, 2019).



Gambar 1. Presentasi pelatihan pembelajaran berbasis instagram

Selain hal tersebut, hal lain yang mempengaruhi ialah faktor sarana dan prasarana yang digunakan dalam mengajar. Dengan adanya fasilitas yang disediakan sekolah untuk mendukung proses pembelajaran, serta dimanfaatkan dengan baik oleh guru serta peserta didik. Seperti adanya sebuah *Wifi*, ruang praktikum, perpustakaan dan fasilitas lain. Dapat dipastikan bahwa hasil belajar peserta didik dapat mencapai kompetensi dasar yang ditentukan.

Media pembelajaran dengan menggunakan video tutorial berbasis media sosial *Instagram* merupakan media pendukung dalam proses pembelajaran yang praktis dan inovatif.

Meskipun harus dihubungkan pada jaringan internet, yang mungkin tidak setiap siswa memiliki jaringan stabil, media ini menjadi pilihan tepat apabila dibandingkan aplikasi belajar lain yang cenderung kurang menarik peserta didik untuk membukanya. Penggunaan media pembelajaran memiliki pengaruh pada peserta didik, dikarenakan dalam pemanfaatan media pembelajaran, panca indra lebih banyak digunakan, sehingga akan lebih menarik peserta didik dari segi emosional dan mental. Hal ini menjadi alasan untuk meyakini bahwa proses komunikasi online berubah menjadi hal yang menarik dalam pembelajaran ketika berpusat pada visual (Schill, 2012).

Pembelajaran yang diterapkan pun monoton, dikarenakan tidak ada keterlibatan siswa secara langsung dalam belajar. Dalam hal kompetensi dasar yang membutuhkan praktikum, tidak dapat terlaksana dengan maksimal dikarenakan tidak ada kegiatan praktikum secara tatap muka, maupun pemberian demo melalui tayangan video. Sehingga hasil belajar siswa tidak dapat diukur secara akurat, hanya dinilai berdasarkan pengetahuan dan tingkat kedisiplinan yang ditunjukkan dalam pengumpulan tugas.

Dengan adanya media pembelajaran ini, diharapkan dapat dijadikan sebuah referensi dalam penggunaan media pembelajaran yang lebih inovatif oleh guru dan sebagai referensi dalam pembelajaran secara individu yang menarik serta mudah oleh peserta didik. Penyajian materi dalam media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* disajikan dalam bentuk tulisan yang menarik dan mengutamakan video tutorial yang dipraktikkan secara langsung pada laboratorium Penataan Produk, serta berisi penjelasan yang disampaikan secara audio visual, agar materi dapat dipahami oleh peserta didik dengan mudah.

4. SIMPULAN

Media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* diharapkan dapat menjadi alternatif penyampaian materi pelajaran terutama dalam materi yang berkaitan dengan praktikum. Guru dapat memanfaatkan sebagai penyimpanan materi yang mudah untuk diakses, diperbarui dan digunakan dalam pembelajaran luring maupun daring. Dengan menguasai aplikasi media sosial Instagram dengan baik, dan memahami berbagai fitur yang ada Guru diharapkan dapat menggunakan media pembelajaran video tutorial berbasis media sosial *Instagram* untuk diterapkan pada mata pelajaran pemasaran dengan lebih menarik. Selain itu media pembelajaran ini dapat digunakan sebagai tambahan sumber belajar mandiri bagi peserta didik sehingga diharapkan setiap peserta didik mampu menyesuaikan kecepatan belajar dengan kemampuan belajar yang dimiliki.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustin, R. W., & Ayu, M. (2021). The Impact of Using Instagram for Increasing Vocabulary and Listening Skill. *Journal of English Language Teaching and Learning (JELTL)*, 2(1), 1–7. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/english-language-teaching/index>
- Al-Ali, S. (2014). Embracing the Selfie Craze: Exploring the Possible Use of Instagram as a Language mLearning Tool. *Issues and Trends in Educational Technology*, 2(2), 1–16. https://doi.org/10.2458/azu_itet_v2i2_ai-ali
- Arman, A. A., & Sidik, A. P. (2019). Measurement of Engagement Rate in Instagram (Case Study: Instagram Indonesian Government Ministry and Institutions). *Proceeding - 2019 International Conference on ICT for Smart Society: Innovation and Transformation Toward Smart Region, ICISS 2019*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICISS48059.2019.8969826>
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 103149. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
- Chih, W. H., Wang, K. Y., Hsu, L. C., & Huang, S. C. (2013). Investigating electronic word-of-mouth effects on online discussion forums: The role of perceived positive electronic word-of-mouth review credibility. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(9), 658–668. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0364>
- Coman, C., Mesesan-Schmitz, L., Tiru, L. G., Grosseck, G., & Bularca, M. C. (2021). Dear student, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook and Instagram during the pandemic. *PLoS ONE*, 16(9 September), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257729>
- Handayani, F. (2015). Instagram as a teaching tool? Really? *Proceedings of ISELT FBS Universitas Negeri Padang*, 4(1), 320–327. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/selt/article/view/6942>
- Khalitova, L., & Gimaletdinova, G. (2016). Mobile Technologies in Teaching English As a Foreign Language in Higher Education: a Case Study of Using Mobile Application Instagram. *ICERI2016 Proceedings*, 1(November), 6155–6161. <https://doi.org/10.21125/iceri.2016.0395>
- Mansor, N, A. R. (2017). Instagram in ESL classroom. *Man In India*, 97(20), 107–114., 97(20), 107–114. https://www.researchgate.net/profile/Noraien-Mansor/publication/321016352_INSTAGRAM_IN_ESL_CLASSROOM/links/5a07c45b0f7e9b68229b47cb/INSTAGRAM-IN-ESL-CLASSROOM.pdf
- Poquet, O., Lim, L., Mirriahi, N., & Dawson, S. (2018). Video and learning: A systematic review (2007-2017). *ACM International Conference Proceeding Series*, 151–160. <https://doi.org/10.1145/3170358.3170376>
- Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Studying organizations on instagram. *Information (Switzerland)*, 7(4), 1–12. <https://doi.org/10.3390/info7040058>
- Salomon, D. (2013). Moving on from Facebook: Using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. *College and Research Libraries News*, 74(8), 408–412. <https://doi.org/10.5860/crln.74.8.8991>
- Schill, D. (2012). The visual image and the political image: A review of visual communication research in the field of political communication. *Review of Communication*, 12(2), 118–142. <https://doi.org/10.1080/15358593.2011.653504>

- Suciati, P. (2018). Instagram Marketing Techniques for Online Store: A Descriptive Study. *KnE Social Sciences*, 3(11), 811. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.2808>
- Wiratmoko, C., & Djatiprambudi, D. (2019). Instagram : The New Environment of Art and Creative Public Pedagogy Nowadays. *279(Icalc 2018)*, 320–327. <https://doi.org/10.2991/icalc-18.2019.46>