

## PENGEMBANGAN MEDIA INSTAGRAM MENGENAI JALUR SELEKSI MASUK PERGURUAN TINGGI BAGI PESERTA DIDIK SEKOLAH MENENGAH ATAS

Bela Riesti Fauziah<sup>1</sup>  
Aip Badrujaman<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konten media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan model *design based research* (DBR) dengan tiga tahapan inti yaitu, analisis dan eksplorasi, desain dan konstruksi, serta evaluasi dan refleksi. Populasi penelitian ini adalah peserta didik kelas 10 SMAN 81 Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 140 peserta didik yang didapat menggunakan metode *non-probability sampling*. Pengumpulan data didapat dengan menggunakan penyebaran angket kepada peserta didik kelas 10 SMAN 81 Jakarta. Pengujian media Instagram dilakukan melalui dua uji ahli, yaitu uji ahli media dan uji ahli materi. Selain itu, pengujian media juga dilakukan melalui uji pengguna yaitu guru BK SMAN 81 Jakarta sebagai pengguna media bimbingan dan konseling. Hasil uji validasi ahli materi dengan persentase sebesar 64% dengan kategori layak, uji validasi ahli media dengan persentase sebesar 79% dengan kategori layak. Hasil uji coba pengguna kepada salah satu guru BK mendapatkan persentase sebesar 82% dengan kategori sangat layak. Dapat disimpulkan media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi dikategorikan layak digunakan.

*Kata Kunci : Pengembangan, Instagram, Jalur Seleksi Masuk Perguruan Tinggi, Design Based Research.*

### Abstract

*This study aims to develop a contact on Instagram about college selection. This study uses a design-based research (DBR) model with three core stages, namely, analysis and exploration, design and construction, and evaluation and reflection. The population of this study was students of SMAN 81 Jakarta in 10th Grade with a total sample of 140 students obtained using the non-probability sampling method. Data collection was obtained by using questionnaires distributed to students of SMAN 81 Jakarta in 10th Grade. The Instagram media test was conducted through two expert tests the media expert and the material expert. In addition, the media was testing also through a teacher of SMAN 81 Jakarta as a user trial of media. The results of the media expert validation test were 64% in the appropriate category, and the media expert validation test was 79% in the appropriate category. The result of the user trial from one of the guidance and counseling teacher tests was 82% in the very appropriate category. It can be concluded that Instagram media about college selection is categorized as appropriate for use.*

*Keywords : Development, Instagram, College Selection, Design Based Research.*

---

<sup>1</sup> Universitas Negeri Jakarta, [belariesti@gmail.com](mailto:belariesti@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Negeri Jakarta, [aip.bj@unj.ac.id](mailto:aip.bj@unj.ac.id)

## PENDAHULUAN

*World Health Organization* (WHO) melansir Covid-19 sebagai pandemi, Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak wabah Covid-19. Berdasarkan Surat Edaran Mendikbud Nomor 4 Tahun 2020, mulai pertengahan Maret 2020 diberlakukan kebijakan belajar dan bekerja dari rumah (Jamaluddin, Ratnasih, Gunawan, & Paujiah, 2020). Hal ini, membuat sektor pendidikan seperti sekolah, madrasah, dan universitas melakukan penutupan secara luas, sehingga diberlakukan pembelajaran daring dengan menggunakan berbagai perangkat teknologi yang ada.

Selama pandemi Covid-19, guru memberikan materi pembelajaran dengan menggunakan berbagai media dalam perangkat teknologi, seperti *Whatsapp Group*, *Zoom*, *Google Classroom*, dan berbagai media sosial lainnya. Selain memberikan materi pelajaran, berbagai platform tersebut juga di gunakan guru BK untuk memberikan layanan bimbingan dan konseling. Menurut Putra & Sofaria (2020) layanan bimbingan dan konseling yang semakin berkembang dengan memanfaatkan media atau teknologi informasi yang ada. Hal ini, membuat layanan bimbingan dan konseling lebih komunikatif serta interaktif, terpenting dalam pembelajaran di masa pandemi Covid-19.

Guru bimbingan dan konseling dapat menggunakan berbagai media pembantu untuk menyampaikan berbagai materi dan informasi dalam bimbingan klasikal berupa alat peraga dan media tulis serta berbagai perangkat elektronik dan media sosial. Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk memberikan informasi dalam bimbingan klasikal adalah Instagram. Menurut Khairuni dalam Khasana, Setiyawan, & Desiningrum (2020) Instagram memberikan kegiatan belajar karena dapat digunakan untuk memperoleh informasi serta bertukar pendapat dengan orang lain. Media sosial merupakan salah satu media pembelajaran yang dilakukan secara daring (Kumar & Nanda dalam Ekantini, 2020). Media Sosial Instagram digemari oleh berbagai kalangan, termasuk remaja. Menurut Manampiring (2015) remaja merupakan pengguna terbanyak media sosial, salah satunya Instagram.

Peneliti melakukan studi pendahuluan di SMAN 81 Jakarta untuk mengetahui penggunaan media bimbingan dan konseling di masa pandemi dengan melakukan wawancara kepada koordinasi BK SMAN 81 Jakarta. Hasil yang didapati, bahwa penggunaan *whatsapp group* tidak sepenuhnya membantu guru BK dalam memberikan informasi karena masih banyak siswa yang telat atau tidak sigap mengakses *whatsapp group*. Selain itu, guru BK juga bertanggung jawab memberikan peserta didik informasi terkait jalur seleksi masuk perguruan tinggi melalui kegiatan layanan dasar. Peneliti juga melakukan wawancara kepada peserta didik untuk mendapatkan gambaran penggunaan Instagram pada peserta didik. Hasil yang didapati bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling diminati karena terdapat berbagai feeds Instagram dan editing foto yang menarik.

Peneliti memperoleh hasil asesmen instrumen Daftar Cek Masalah (DCM), diketahui bahwa aspek masa depan dan cita-cita pendidikan/jabatan adalah aspek yang memiliki presentase tertinggi. Hasil presentase tersebut pada setiap jenjang kelas pada aspek masa depan dan cita-cita pendidikan/jabatan, yaitu kelas 10 memperoleh presentase sebesar 18,70%, kelas 11 memperoleh presentase sebesar 22,3%, dan kelas 12 memperoleh presentase sebesar 25%. Melalui hasil asesmen DCM tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek masa depan dan cita-cita pendidikan/jabatan merupakan permasalahan utama yang dialami peserta didik SMAN 81 Jakarta.

Peneliti juga menyebarkan kuesioner pemahaman jalur masuk perguruan tinggi untuk mengetahui pemahaman peserta didik SMAN 81 Jakarta mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Hasil yang didapati masih ada peserta didik yang belum memiliki pemahaman mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi dan hanya sebagian siswa yang dapat menyebutkan beberapa jalur seleksi masuk perguruan tinggi.

Pemberian informasi terkait jalur seleksi masuk perguruan tinggi kepada peserta didik merupakan tanggung jawab guru BK SMAN 81 Jakarta setiap tahunnya khususnya dalam bimbingan klasikal. Selain itu, sistem penerimaan peserta didik baru dilakukan berdasarkan zonasi dan pertimbangan usia menyebabkan perbedaan karakteristik dan

minat siswa dalam perencanaan karir maupun pendidikan lanjutan. Sehingga, diperlukan media yang dapat membantu siswa memiliki ketertarikan serta pemahaman mengenai pendidikan lanjutan. Media yang dapat digunakan dalam memberikan informasi dalam bimbingan klasikal salah satunya adalah Instagram.

Saat ini, Instagram sangat digemari oleh hampir setiap kalangan dan berbagai fitur menarik yang ada mempermudah individu memberikan dan memperoleh informasi dengan baik. Untuk itu, pemilihan media Instagram sebagai pemberian informasi dalam bimbingan klasikal bisa memicu peserta didik SMAN 81 Jakarta untuk tertarik melihat Media Sosial Instagram dan fitur yang tersedia dalam Instagram, mempermudah peserta didik untuk berkomunikasi. Selain itu, pemilihan media ini, diharapkan dapat membantu guru BK memberikan layanan bimbingan klasikal mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Sehingga peneliti, tertarik untuk mengembangkan Instagram BK SMAN 81 Jakarta mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi sebagai media dalam kegiatan bimbingan klasikal.

### **Instagram**

Instagram adalah sebuah platform atau aplikasi media sosial yang membantu penggunanya untuk berbagi foto, video, dan dapat mendukung sebuah proses pembelajaran kreatif, yang dapat diakses melalui smartphone serta komputer (Atmoko, 2012; Sheldon & Bryant, 2016; Lee, Abu Bakar, Dahri, & Sin, 2015). Munculnya, instagram ditandai dengan kalimat “*Welcome To Instagram*” sebagai kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010 (Atmoko, 2012).

Saat membuka aplikasi Instagram, terdapat beberapa menu utama yang ditampilkan dalam Instagram (Atmoko, 2012), yaitu sebagai berikut:

#### *1. Home Page*

Halaman utama yang menampilkan linimasi foto-foto terbaru dari sesama pengguna Instagram yang telah ikuti.

#### *2. Comments*

Fitur yang disediakan untuk penggunanya memberikan komentar dalam setiap foto yang di unggah dalam Instagram.

#### *3. Explore*

*Explore* merupakan menu atau fitur yang menampilkan foto atau video yang paling banyak disukai atau dapat dikatakan sebuah foto maupun video yang sedang populer di Instagram.

#### *4. Profile*

*Profile* adalah halaman yang membantu pengguna Instagram untuk melihat secara detail informasi mengenai pengguna akun lainnya di Instagram.

#### *5. Stories*

*Stories* adalah fitur yang menampilkan foto atau video singkat, dengan kurun waktu satu menit (Adiningsih & Rohmah, 2019).

#### *6. Direct Message*

*Direct Message* (DM) adalah fitur pesan pribadi yang terdapat dalam Instagram, fitur ini digunakan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain dengan cara yang bervariasi dan lebih privasi (Carpenter, Morrison, Craft, & Lee, 2020).

#### *7. Guide*

*Guide* atau panduan adalah fitur yang bertujuan untuk membagikan informasi, rekomendasi, inspirasi dan tips dari pembuatnya kepada pengguna Instagram lainnya (Herman, 2020).

#### *8. Reels Instagram*

*Reels Instagram* merupakan fitur Instagram terbaru bagi penggunanya untuk membuat klip video berdurasi 15 detik dengan penggunaan musik dan berbagai efek dalam video (Sheffer, 2020).

### **Jalur Seleksi Masuk Perguruan Tinggi**

Menurut Pratama (2015) Jalur seleksi masuk perguruan tinggi adalah bentuk seleksi masuk perguruan tinggi dengan menyaring calon mahasiswa yang memiliki potensi akademik untuk mengikuti pendidikan di Perguruan Tinggi. Seleksi masuk perguruan tinggi ini, diselenggarakan oleh Lembaga Tes Masuk Perguruan Tinggi. LTMPT adalah satu-satunya lembaga yang menyelenggarakan tes untuk masuk perguruan tinggi di Indonesia, LTMPT menyelenggarakan tes masuk Perguruan Tinggi (PT) bagi calon mahasiswa secara terstruktur dan terukur (LTMPT, 2021).

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 (Kemendikbud, 2020) terdapat beberapa jalur penerimaan mahasiswa baru Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri, yaitu :

#### 1. SNMPTN

Menurut Susanti (2019) SNMPTN adalah jalur seleksi pertama yang diadakan di setiap perguruan tinggi negeri di seluruh Indonesia, seleksi ini mengundang siswa/siswi yang berprestasi dengan menggunakan nilai rapor akademik dari semester satu hingga semester lima bagi SMA/SMK/MA atau sederajat dengan masa belajar 3 tahun.

#### 2. UTBK-SBMPTN

Menurut Kemenristekdikti dalam Djudin (2018) Jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri) adalah jalur seleksi yang didasarkan pada hasil ujian. Sejak tahun 2019, Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) menggunakan sistem format penerimaan mahasiswa baru dengan menggunakan hasil UTBK sebagai syarat utama dan disesuaikan dengan kriteria lain khusus yang ditetapkan Perguruan Tinggi Negeri.

#### 3. Jalur Masuk Politeknik Negeri

Pada jalur masuk politeknik negeri terdapat dua jalur seleksi yaitu Jalur SNMPTN dan Jalur SBMPTN. Jalur SNMPTN merupakan seleksi Jalur Undangan yang diperuntukan bagi

calon mahasiswa yang akan melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri bidang Vokasi atau Politeknik Negeri diseluruh wilayah Indonesia (Kemendikbud, 2021).

Selain jalur masuk perguruan tinggi negeri, terdapat pula jalur masuk perguruan tinggi swasta. Menurut Priansa (2012) perguruan tinggi swasta merupakan bagian dari lembaga pendidik tinggi yang dikelola oleh pihak swasta, sama seperti perguruan tinggi negeri, perguruan tinggi swasta juga berbentuk Universitas, Politeknik, Akademik, Institut, dan Sekolah Tinggi.

## METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menghasilkan media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi bagi peserta didik dan guru bimbingan dan konseling di SMAN 81 Jakarta. Penelitian ini dilakukan guna membantu guru BK dalam memberikan layanan bimbingan klasikal di masa pandemi serta menambahkan pengetahuan dan informasi peserta didik mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Penelitian ini dilakukan di SMAN 81 Jakarta disusun dan direncanakan pada bulan Februari 2021 hingga Juni 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas 10 SMAN 81 Jakarta sebanyak 200 responden. Sampel penelitian ini sebanyak 140 responden melalui pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *Design Based Research*. Menurut McKenney & Reeves (2012) *Design Based Research* bertujuan untuk mengembangkan media yang berfungsi untuk menjadi solusi dalam masalah pendidikan serta mengembangkan pemahaman teoritis yang berguna bagi orang lain. Berikut tahapan pengembangan dalam penelitian ini, yaitu (1) analisis dan eksplorasi; (2) desain dan konstruksi; (3) evaluasi dan refleksi.

Penelitian ini mengumpulkan data terlebih dahulu dengan menganalisis kebutuhan peserta didik. Data didapati dari hasil wawancara kepada guru BK untuk mengetahui penggunaan Media Sosial Instagram pada guru BK serta pengetahuan dan kebutuhan materi

mengenai jalur masuk perguruan tinggi pada peserta didik. Wawancara juga dilakukan untuk mengetahui desain ataupun konten isi yang dibutuhkan guru BK dalam memberikan layanan bimbingan klasikal mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi.

Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan kegiatan *focus group discussion* (FGD) bersama beberapa siswa kelas 10 dan 11 SMAN 81 Jakarta untuk mengetahui kebutuhan informasi mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi bagi siswa dan keefektifan penggunaan Instagram sebagai media layanan BK dalam perspektif siswa.

Selain itu peneliti juga mengumpulkan data kebutuhan media dan materi, hasil uji ahli materi, uji ahli media dan uji pengguna. Penilaian uji ahli media, uji ahli materi dan uji pengguna menggunakan *rating scale* 1-4. Analisis data menggunakan perhitungan persentase, sedangkan tingkat validasi media digolongkan menjadi empat kategori yaitu (1) kurang layak (0-39%); (2) cukup layak (40-55%); (3) layak (56-75%); dan (4) sangat layak (76-100%) (Arikunto, 2010).

## HASIL PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menghasilkan media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Media Instagram ini menampilkan konten yang berhubungan mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi. Penelitian ini dilakukan guna membantu guru BK dalam memberikan layanan bimbingan klasikal di masa pandemi, serta memberikan pemahaman kepada peserta didik mengenai pendidikan lanjutan. Pengembangan produk media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi, terdapat tiga tahapan dalam penelitian *design based research* yang dilakukan peneliti yaitu analisis & eksplorasi; desain & konstruksi; dan evaluasi & refleksi.

Pertama, tahap analisis dan eksplorasi. Peneliti mengumpulkan data dengan menganalisis kebutuhan peserta didik, melalui hasil Daftar Cek Masalah (DCM) yang dilakukan kepada peserta didik SMAN 81 Jakarta terlihat bahwa aspek masa depan dan cita-cita merupakan aspek yang memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 18,70% untuk

kelas 10, sebesar 22,30% untuk kelas 11, dan sebesar 25% untuk kelas 12.

Pada analisis kebutuhan, peneliti melakukan wawancara dengan koordinator BK SMAN 81 Jakarta mengenai penggunaan media BK dalam masa pandemi, berdasarkan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa media yang digunakan untuk memberikan layanan tidak sepenuhnya dapat membantu guru BK. Selain itu, didapati informasi bahwa Instagram dapat membantu guru BK dalam memberikan layanan dalam masa pandemi.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti dalam mengetahui pemahaman peserta didik kelas 10 SMAN 81 Jakarta mengenai jalur masuk perguruan tinggi dengan menyebarkan kuesioner, didapatkan hasil bahwa masih ada siswa yang belum memiliki pemahaman mengenai jalur masuk perguruan tinggi, dan sebagian besar siswa hanya dapat menyebutkan jalur masuk perguruan tinggi tersebut.

Peneliti juga melakukan *focus group discussion* (FGD) bersama beberapa siswa kelas 10 dan 11, didapatkan kesimpulan bahwa alternatif media BK dalam masa pandemi harus menarik serta interaktif sehingga siswa dapat menerima materi layanan BK dengan baik dan media juga harus mudah diakses oleh setiap peserta didik. Selanjutnya, Peneliti melakukan wawancara kepada guru BK SMAN 81 Jakarta terkait penggunaan Instagram, hasil yang didapat bahwa guru BK menggunakan Instagram dalam kegiatan sehari-hari untuk mendapatkan informasi secara umum dan mencari informasi pendidikan bagi peserta didik secara khusus. Selain itu, menurut guru BK penggunaan Instagram membantu guru BK dalam memberikan layanan BK kepada peserta didik, penggunaan fitur-fitur Instagram dapat digunakan dalam memberikan layanan bimbingan dan konseling.

Kedua, tahap desain dan konstruksi. Pada tahap ini, peneliti menggarap beberapa ide dalam mendesain konten Instagram. Angket kebutuhan media dan materi menjadi acuan dalam pembuatan konten media Instagram. Peneliti juga membuat desain kerangka penelitian serta pembaruan materi disesuaikan dengan informasi yang didapati terkait jalur seleksi masuk perguruan tinggi.

Peneliti mengklasifikasikan isi konten Instagram, yaitu : (1) isi konten mengenai jenis perguruan tinggi; (2) isi konten mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta; (3) isi konten mengenai perguruan tinggi; (4) isi konten mengenai jurusan/program studi. Kemudian, peneliti mengelompokkan isi konten dalam berbagai fitur Instagram yang tersedia, kontras warna disesuaikan hingga membentuk *feeds* yang selaras dengan cara, yaitu : (1) penggunaan logo SMAN 81 Jakarta untuk profil *picture* dan menampilkan biografi Instagram sesuai tema konten yang diberikan; (2) penggunaan berbagai fitur Instagram, seperti postingan foto, *instastory*, *reels*, dan *guide*; (3) penggunaan *caption* menarik sebagai daya tarik dalam konten yang akan diterima peserta didik; (4) penggunaan *hashtag* (#) dalam Instagram; (5) penggunaan warna yang senada sesuai dengan hasil angket kebutuhan.

Ketiga, tahap evaluasi. Pada tahap ini peneliti melakukan penilaian uji ahli materi, uji ahli media, dan uji pengguna. Metode yang digunakan adalah penilaian menggunakan angket. Ahli media dan materi merupakan Dosen Program Studi Bimbingan dan Konseling UNJ. Ahli uji pengguna yaitu salah satu guru BK SMAN 81 Jakarta.

Berikut hasil uji ahli media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi yang telah dikakukan:

No.	Aspek	Persentase	Kategori
1	Media	79%	Layak

Tabel 1. Hasil Uji Ahli Media

Berdasarkan hasil penilaian validasi ahli media dengan persentase 79%, termasuk kategori layak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa ahli media menyatakan media Instagram jalur seleksi masuk perguruan tinggi layak digunakan sebagai media bimbingan dan konseling.

Berikut hasil uji ahli materi Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi yang telah dikakukan:

No.	Aspek	Persentase	Kategori
1	Media	64%	Layak

Tabel 2. Hasil Uji Ahli Materi

Berdasarkan hasil penilaian validasi ahli media dengan presentasi 64%, termasuk

kategori layak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa ahli media menyatakan media Instagram jalur seleksi masuk perguruan tinggi layak digunakan sebagai media bimbingan dan konseling.

Berikut hasil uji pengguna Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi yang telah dikakukan:

No.	Aspek	Persentase	Kategori
1	Media	82%	Layak

Tabel 2. Hasil Uji Pengguna

Berdasarkan hasil penilaian validasi ahli media dengan presentasi 82%, termasuk kategori layak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa pengguna menyatakan media Instagram jalur seleksi masuk perguruan tinggi sangat layak digunakan sebagai media bimbingan dan konseling.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu (1) penelitian ini hanya dilakukan sampai dengan tahap pengujian ahli media dan materi, serta uji penggunaan pada salah satu guru bimbingan dan konseling; (2) konten media menyesuaikan dengan hasil angket kebutuhan peserta didik SMAN 81 Jakarta dan belum menyesuaikan kebijakan kurikulum yang ada.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikembangkan, dapat disimpulkan bahwa media Instagram mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi layak digunakan oleh guru bimbingan dan konseling sebagai media dalam memberikan layanan bimbingan dan konseling. Hal itu terlihat dari hasil validasi oleh ahli media memiliki persentase sebesar 79% dengan kategori layak. Serta, hasil validasi ahli materi memiliki persentase sebesar 64% dengan kategori layak. Media Instagram yang telah dikembangkan ditujukan kepada guru bimbingan dan konseling sebagai pengguna media, serta peserta didik yang akan menerima informasi serta materi mengenai jalur seleksi masuk perguruan tinggi.

Pembuatan konten Instagram didasari dengan hasil kuesioner kebutuhan media dan materi, sehingga konten Instagram yang terdapat menyesuaikan dengan kebutuhan peserta didik SMAN 81 Jakarta. Media Instagram berisi informasi mengenai jalur masuk perguruan tinggi, perguruan tinggi,

jurusan yang dipaparkan dalam berbagai fitur Instagram, berupa postingan foto maupun video, ditampilkan secara menarik dengan kontrak warna yang sepadan dan *caption* interaktif. Keunggulan yang terdapat pada media Instagram ini adalah terdapat berbagai informasi mengenai perguruan tinggi, serta pewarnaan yang sepadan disesuaikan dengan hasil angket kebutuhan media dan materi. Sedangkan, kelemahan media Instagram yaitu mengenai informasi jalur masuk perguruan tinggi, yang setiap tahunnya ada kemungkinan untuk diperbarui dan media Instagram belum menyesuaikan dengan kurikulum yang ada. Adapun saran dan masukan yang diperoleh peneliti dari ahli media dan materi sudah diperbaiki dan ditingkatkan kualitas dalam media yang dikembangkan oleh peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Y., & Rohmah, S. L. (2019). Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Keterampilan Menulis Iklan Pada Siswa Kelas VIII Mts Ypph Al-Hidayah Ciampea Bogor. *Seminar Nasional Pendidikan* (Pp. 115-125). Jakarta: Semnasfip.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and teacher education*, 1-14.
- Djudin, T. (2018). Analisis prestasi akademik dan lama studi mahasiswa lulusan jurusan pmipa fkip untan ditinjau dari jalur masuk dan program kuliah. *Jurnal Pendidikan Matematika Dan IPA*, 9(2), 79-88.
- Herman, J. (2020, 11 30). *How to Creat Instagram Guides: Step-by-Step Setup*. Retrieved 4 14, 2021, from Social Media Examiner: <https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-create-instagram-guides-step-by-step-setup/>
- Jamaluddin, D., Ratnasih, T., Gunawan, H., & Paujiah, E. (2020). Pembelajaran Daring Masa Pandemi Covid-19 Pada Calon Guru: Hambatan, Solusi Dan Proyeksi. *LP2M*, 2-3.
- Kemendikbud . (2020). *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 7 Tahun 2020 : Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran Perguruan Tinggi Negeri, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta*.
- Kemendikbud. (2021). *Buku Panduan Pendaftaran SNMPN*. Retrieved 5 16, 2021, from Seleksi Nasional Masuk Politeknik Negeri: <https://snmpn.politeknik.or.id/>
- Khasana, V. A., Setiyawan, H., & Desiningrum, N. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Aplikasi Instagram terhadap Hasil Pengaruh Penggunaan Media Aplikasi Instagram terhadap Hasil Bangun Ruang di SDN Bakung Temenggungan Balongbendo. *Child Education Journal*, 83-91.
- Lee, C. S., Abu Bakar, N. B., Dahri, R. B., & Sin, S.-C. J. (2015). Instagram This! Sharing Photos on Instagram. *In International Conference on Asian Digital Libraries*, 132-141.
- LTMPT. (2021, 1 21). *Lembaga Test Masuk Perguruan Tinggi*. Retrieved 5 7, 2020, from Informasi Sistem Seleksi Masuk Perguruan Tinggi Negeri Tahun 2021: <https://ltmpt.ac.id/>
- Manampiring, R. (2015). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado (Studi Pada Jurusan IPA Angkatan 2012). *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4), 1-8.
- McKenney, S. E., & Reeves, T. C. (2012). *Conducting Educational Design Research*. New York: Routledge.
- Priansa, D. J. (2012). Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Manajemen Bakat Terhadap Kinerja Organisasi dan Dampaknya pada Citra Organisasi

Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 24-43.

Putra, M. A., & Shofaria, N. (2020). Inovasi Layanan Bimbingan Dan Konseling Di Pada Pembelajaran Dalam Jaringan Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling: Teori Dan Praktik)*, 55-61.

Sheffer, S. (2020, 8 20). *Instagram Reels*. Retrieved 7 17, 2021, from Influence Marketing Hub: <https://influencemarketinghub.com/glossary/instagramreels/>

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computer in human behavior*, 89-97.

Susanti, R. (2019). Pelaksanaan Bimbingan Karier Untuk Mempersiapkan Siswa Memasuki Perguruan Tinggi Di SMAN Se-Jakarta Utara. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Indonesia*, 23-30.