

Penerapan Media Sosial Instagram pada Pembelajaran Desain Grafis di Kelas Multimedia pada Sekolah Menengah Kejuruan

Mohammad Salehudin

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Samarinda, Indonesia

*Email: moh.salehudin@uinsi.ac.id (Corresponding Author)



DOI: <https://doi.org/10.53621/jider.v4i2.342>

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima: 18 Juni 2021

Revisi Akhir: 23 Juni 2021

Disetujui: July 27 Juni 2021

Terbit: 30 Juni 2021

Kata Kunci:

Instagram;

Jurusan Multimedia;

Media social;

Pembelajaran Desain Grafis;

Sekolah Menengah Kejuruan.



ABSTRAK

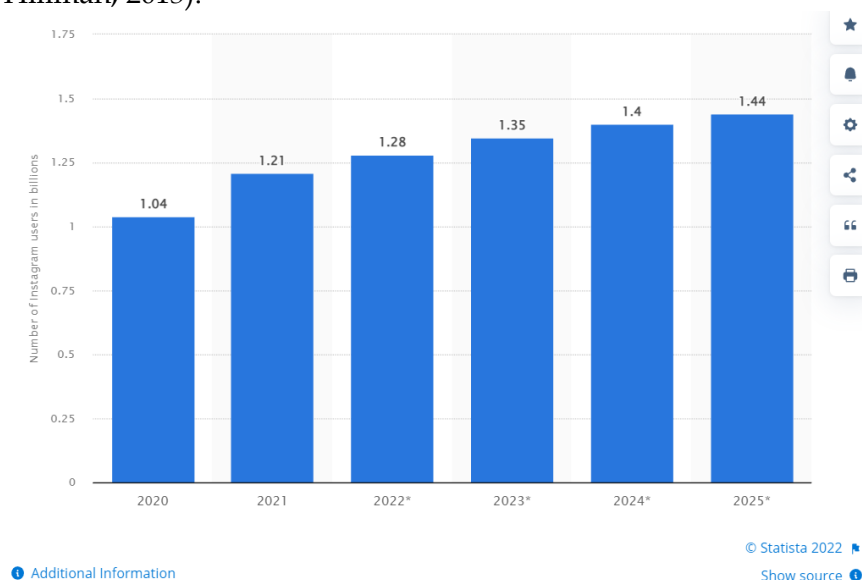
Pembelajaran desain grafis memerlukan alat bantu belajar atau sumber belajar yang disukai dan banyak digunakan siswa. Siswa harus menemukan imajinasi, ide dan gagasan yang tajam dan praktek desain yang mahir untuk menghasilkan desain grafis yang terbaik. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pembelajaran desain grafis dan faktor terkait yang mendorong siswa untuk menggunakan media social (SM)- instagram. Untuk menguji konstruk yang sudah dikembangkan, termasuk reliabilitas dan faktor eksploratori, penelitian ini menerapkan teknik kuantitatif-deskriptif untuk menganalisis data yang diperoleh melalui survey terhadap 100 orang siswa kelas XII jurusan multimedia yang menempuh mata pelajaran desain grafis. Data tersebut dianalisis secara statistic descriptive dengan bantuan Software SPSS Versi 24.00. Hasil penelitian menemukan bahwa para siswa menemukan pemecahan masalah belajar, potensi/talenta, ide-ide dan gagasan, serta motivasi belajar melalui bantuan media sosial-Instagram. Penelitian ini menganggap SM-Instagram sebagai sumber belajar yang menarik, disukai dan efektif yang dapat meningkatkan pengalaman belajar siswa SMK, karena dengan instagram gambar, photo dan video dapat merangsang imajinasi dan potensi siswa dalam mengerjakan desain menjadi produk grafis yang terbaik, kaya dengan ide dan gagasan. Dianjurkan agar guru mengintegrasikan SM instagram ke dalam program pengajaran masing-masing untuk mengoptimalkan pengalaman belajar para siswa lebih baik, penelitian ini juga memberikan rekomendasi penelitian di masa depan.

PENDAHULUAN

Media sosial dipakai untuk mendukung kemajuan belajar dan mengajar serta mencapai tujuan pendidikan. Media social sudah dipakai sebagai sumber dan alat belajar, baik para guru dan siswa yang bersedia menggunakan media sosial dalam pendidikan, dan mereka percaya itu akan meningkatkan pengalaman pendidikan mereka (Alabdulkareem, 2015) penggunaan media social mendukung berbagai fungsi komunikasi serta fungsi pedagogik (Osgerby & Rush, 2015), Pada saat media social semakin banyak digunakan oleh siswa, tampaknya ada harapan bahwa itu juga digunakan untuk tujuan pendidikan. Penggunaan media sosial (SM) dan potensinya sebagai alat belajar (Osgerby & Rush, 2015) (Moghavvemi & Salarzadeh Janatabadi, 2018). Media social menumbuhkan minat yang berkembang dalam perspektif sosio-budaya pada pembelajaran seluler (Pachler, N., Bachmair, B. & Cook, 2010) bahwa secara umum siswa menunjukkan sikap positif dan keyakinan tentang penggunaan sosial media dalam pendidikan (Mao, 2014). Instagram adalah contoh SM yang memungkinkan dipakai untuk komunikasi dan tujuan pembelajaran, siswa menjadikan instagram sebagai sumber belajar menggunakan gambar dan video. Namun masih sedikit penelitian yang menunjukkan penggunaan instagram pada pembelajaran desain grafis, bagian akademik dan keefektifannya sebagai sumber belajar dan alat belajar, jauh tertinggal dari SM yang lain seperti facebook telah digunakan sebagai e-learning (Moghavvemi & Salarzadeh Janatabadi, 2018) Youtube dalam pembelajaran (Moghavvemi et al., 2018).

Pengguna media social Instagram di dunia cenderung meningkat, dalam laporan statistik terdapat 1210 juta atau satu koma dua satu milyar (Januari 2022) pemakai aktif bulanan. Indonesia lebih terdapat 200 juta, peringkat empat terbesar dunia pada Januari 2022, aplikasi ini

adalah salah satu jejaring sosial paling populer di seluruh dunia (Statista, 2022). Instagram dipakai dalam studi media sosial untuk studi perilaku besar (Ruths & Pfeffer, 2014), disukai para generasi muda, studi komparatif karakteristik (Jang et al., 2015), memiliki keunggulan berbasis gambar foto dan video, Instagram dipakai dalam dunia usaha, bisnis dan sebagainya; menambah pemasaran yang strategis (Farady & Monica, 2016) membentuk cara strategi bisnis kerajinan berbasis rumah tangga, membuat branding yang baik sejak awal usaha untuk menghindari masalah bisnis (Abd et al., 2015). Dalam dunia pendidikan kesehatan digunakan untuk memperluas edukasi pasien, advokasi profesional, dan penjangkauan kesehatan masyarakat. (Hindman et al., 2017). Memperkuat narasi pengunjung museum dalam postingan instagram (Weilenmann & Hillman, 2013).



Gambar 1. Jumlah pengguna instagram 2020-2025

(<https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>)

Pemakai Instagram yang mengunggah gambar (Pittman & Reich, 2016), Dalam penelitian yang dilakukan Yang & Hsu (2015) menyebut sebuah dukungan pedagogis untuk penggunaan media sosial dalam pengajaran, argumen utama untuk mengadopsi media sosial dalam pengajaran adalah bahwa aplikasi media sosial menyediakan beberapa format, arahan dan saluran komunikasi, yang dapat meningkatkan hasil pendidikan. Penelitian tentang konten instagram ditemukan independensi atau original photo (Yuheng Hu, Lydia Manikonda, 2014) instagram sangat di minati karena media sosial ini lebih fokus pada photo dan video yg berdurasi pendek dibandingkan media sosial lain yang berfokus pada kicauan, perkataan atau status sehingga instagram lebih mudah digunakan dan di nikmati (Manampiring, 2015). Instagram yang memiliki potensi untuk meningkatkan pembelajaran primer dan sekunder (Krishnan et al., 2005).

Dengan Instagram, pengguna memiliki kesempatan untuk mengkomunikasikan pengalaman mereka melalui pilihan subjek photo dan cara mereka memilih untuk memanipulasi dan menyajikannya (Weilenmann & Hillman, 2013). Penggunaan Instagram memotivasi imajinasi dan gagasan melalui share photo (Lee et al., 2015) semakin banyak guru dan siswa memakai media social instagram, maka pembelajaran desain grafis berbantuan instagram sangat mungkin dikembangkan. Karya desain berupa gambar memerlukan kekuatan imajinasi dan kekuatan ide, maka belajar desain grafis saat ini harus didukung oleh sumber belajar atau alat belajar, tidak hanya fokus pada buku panduan dan lembar kerja siswa namun harus menggunakan internet atau media sosial, menggunakan fasilitas SM- Instagram sebuah peluang sekaligus pengembangan pembelajaran desain grafis, karena desain grafis menuntut berpikir dan membuat sebagai sarana untuk memperjelas aspek pembelajaran dan hubungan antara penilaian dan pembelajaran. (Ellmers & Bennett, 2008).

Penelitian ini bermaksud menjelaskan penggunaan media social instagram pada pembelajaran desain grafis, tujuan utamanya: untuk menjelaskan pola dan tujuan pembelajaran desain grafis menggunakan SM- instagram oleh siswa pada jurusan multimedia.

Pertumbuhan pemakaian social media yang selalu meningkat setiap tahunnya menjadi perhatian serius bagi pendidikan, penelitian Australia tentang berbagai proyek pendidikan menggunakan sosial media selama 2006-2009 menunjukkan: sosial media memungkinkan siswa untuk belajar secara aktif dan kemajuan cepat; media sosial menghasilkan kinerja yang lebih baik dan kemungkinan siswa yang lebih tinggi menyelesaikannya tugas; media sosial memastikan keterlibatan dan motivasi siswa untuk menyelesaikan tugas; dan sosial media meningkatkan tingkat pencapaian siswa. (Development, 2010).

Aspek lain dari SM yang sering diabaikan adalah kemampuannya untuk mengubah pengajaran dan pembelajaran menjadi usaha yang lebih sosial, terbuka, dan berorientasi kolaborasi. Peneliti menggunakan banyak teori atau model untuk menentukan kelayakan menggunakan SM untuk tujuan pengajaran. Teori perilaku pemakaian, *Technology Acceptance Model* atau TAM dikembangkan untuk memasukkan faktor-faktor penting yang berhubungan dengan teknologi untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan individu untuk menerima teknologi sistem informasi baru dalam pengaturan organisasi (Davis, 1989).

Tesis model menyatakan bahwa: 1) variabel eksternal akan mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi; 2) persepsi kemudahan penggunaan teknologi akan memiliki efek langsung pada kegunaan yang dirasakan; 3) kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan akan mempengaruhi sikap terhadap teknologi; 4) kegunaan yang dirasakan dan sikap terhadap teknologi diharapkan untuk mempengaruhi niat penggunaannya; dan 5) niat penggunaan teknologi, bersama dengan kegunaan teknologi yang dirasakan, dapat mengarah pada penggunaannya. Sebuah penelitian yang menguji TAM melalui adopsi photo-pesan dan penggunaan melaporkan bahwa aktivitas SM adalah prediktor positif dari persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan dan penggunaan niat layanan berbagi foto; karena persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan secara signifikan mempengaruhi niat foto-pesan, yang terakhir ini juga merupakan prediktor positif dari frekuensi penggunaan foto-pesan (Hunt et al., 2014).

Media social instagram melalui photo atau gambar memberikan kesempatan siswa mengenali sebuah desain yang memiliki nilai dan cara desain yang dapat dikembangkan dan dilakukannya, lahirnya imajinasi berdasarkan melihat share photo dalam instagram photo (Lee et al., 2015). Desain grafis memperhatikan aspek potensi efek kognitif dan afektif dari berbagai desain grafis, khususnya yang berkaitan dengan penarikan kembali informasi dan sikap terhadap presentasi yang disajikan (Stuart, 1974) kajian yang dilakukan terhadap pembuatan iklan advertising yang didasarkan pada informasi email yang diteliti, mengharuskan seorang desainer mampu membaca dan merancang desain dengan benar. Pembelajaran desain grafis memiliki Standar Umum, Standar untuk menggunakan warna, cetak teks, Ilustrasi dan foto, Kartun, Klip video, menggunakan suara vokal, Efek suara dan Musik (Aldalalah & Ziad, 2015). Media social menjadi kekuatan tersendiri yang mampu mengangkat potensi siswa dalam belajar, termasuk dalam belajar desain grafis yang mengalami kemajuan dengan fasilitas komputer dengan berbagai aplikasi yang tersedia, untuk meningkatkan proses belajar mengajar, metode pembelajaran dan sumber belajar yang tersedia dimanfaatkan dan dikembangkan guru dan siswa mencapai tujuan pembelajaran.

Posisi Imajinasi atau ide dalam desain grafis merupakan kekuatan sebagian dari pikiran kita yang paling kreatif juga merupakan sebagian dari daya khayal kita yang paling imajinatif pikiran, menemukan peran imajinasi masuk akal dalam kreativitas manusia (Stokes, n.d.) Siswa menerima menggunakan alat pembelajaran online yang dikenal, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman belajar mereka. Peneliti lain mengusulkan bahwa memadukan beberapa SM dapat mempengaruhi pembelajaran campuran dalam pendidikan tinggi (Artal-Sevil, J. S., Romero-Pascual, E., & Artacho-Terrer, 2015). Sedangkan keputusan desain yang tepat tentang penggunaan grafik sering didasarkan pada pengetahuan dari ilmu kognitif dan bahwa penelitian terkini dalam desain grafis dimasukkan ke dalam teknologi instruksional sehingga

efektivitas grafik dalam membantu dapat dioptimalkan.(ChanLin, n.d.) sejak itu penggunaan komputer membantu pekerjaan desain grafis. Untuk memaksimalkan pembelajaran desain grafis sebagaimana para profesional desain, maka guru dan siswa dalam pembelajaran desain grafis dapat menggunakan mood board.

Tujuan dari pembuatan *moodboard* dijadikan untuk menentukan tujuan, arah dan panduan dalam membuat karya cipta bertema, sehingga proses kreativitas yang dibuat tidak menyimpang dari tema yang telah ditentukan. Konsep *mood board* dibuat dengan menuangkan ide-ide atau sumber gagasan sesuai dengan tema serta tujuan dari pembuatan karya tersebut (Afif Ghurub Bestari, 2016) *Mood board* memberikan peran yang sangat penting dalam semua aktivitas desain. Digunakan untuk berbagai jenis proyek untuk didefinisikan: gaya ilustrasi untuk serangkaian buku, skema untuk stand pameran, typeforms untuk identitas perusahaan atau gaya fotografi untuk kampanye iklan (Lucero, 2012). Sehingga Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pembelajaran desain grafis dan faktor terkait yang mendorong siswa untuk menggunakan media social (SM)- instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif (Ghony & Almanshur, 2009; Mulyadi, 2011; Sugiono, 2016). Pengumpulan data menggunakan kuesioner, data di analisis statistic deskriptif, reliabilitas dan faktor eksploratori melalui SPSS 24.00, kuesioner untuk mengukur waktu penggunaan SM instagram dan tujuan menggunakan instagram (pembelajaran desain grafis berbantuan SM-instagram) di antara para siswa. Responden penelitian ini siswa SMKN 7 Samarinda pada kelas XII Multimedia yang mempelajari desain grafis, kuesioner dibagikan kepada siswa jurusan multimedia kepada 112 siswa yang telah menggunakan instagram dan yang mengembalikan angket 100 siswa, item kuesioner diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Untuk mengukur penggunaan SM instagram dalam pembelajaran desain grafis, kami membuat enam item pertanyaan dan memiliki item yang divalidasi oleh tiga ahli di SM dan pendidikan. Para ahli dipilih berdasarkan bidang penelitian mereka dan keakraban dengan topik tersebut, meminta mereka untuk mengkonfirmasi apakah atau tidak barang sesuai dengan membangun berdasarkan skala perkiraan yang sangat lemah (1) untuk perkiraan yang sangat kuat (7).

Setelah koreksi kecil, kami menguji kuesioner pada sepuluh siswa untuk menentukan kemudahan pemahaman dan jawabnya. Pada tahap akhir, kami menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) untuk mengukur persepsi siswa tentang pembelajaran desain grafis berbantuan media social instagram, dan menyebarkan kuesioner kepada tiga puluh siswa untuk uji coba. Uji reliabilitas melaporkan Cronbach α 0,747, yang merupakan keandalan konstruk. Oleh karena itu, mengikuti metode skala pengembangan Lawshe (1975), kami membagikan kuesioner kepada 100 siswa untuk memvalidasi pengukuran, dan hasil reliabilitas (0,714), korelasi (korelasi antar-item adalah antara 0,32 dan 0,56), dan faktor eksplorasi analisis (pembebanan faktor lebih dari 0,5) menegaskan bahwa konstruk (pembelajaran desain grafis berbantuan instagram) memiliki reliabilitas tinggi dan pemuatan faktor, dengan korelasi yang dapat diterima antar item, kemudian melanjutkan dengan tahap akhir pengumpulan data sesuai langkah penelitian kuantitatif (Creswell, 2012).

Dari 100 responden, 34% dari mereka adalah perempuan, dan 66% adalah laki-laki. 89% siswa dalam penelitian ini berpendapat bahwa mereka menggunakan instagram untuk menemukan sesuatu yang baru, 52% untuk pembelajaran akademis, 48% untuk pencarian informasi desain, dan 14% untuk permintaan produk. 2% menghabiskan lebih dari 5 jam di instagram per hari, 3% menghabiskan 3-5 jam, 12% menghabiskan 2-3 jam, 13% menghabiskan antara 1 dan 2 jam, 70% dari mereka menghabiskan kurang dari satu jam per hari. Hasilnya menegaskan bahwa 31,4% siswa menghabiskan lebih dari satu jam dengan alasan lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis data dimulai dengan menggunakan 100 kuesioner yang diselesaikan, dikumpulkan dalam pengumpulan data. Data yang diperoleh selanjutnya diuji menggunakan statistik deskriptif, reliabilitas, dan analisis faktor eksploratori dalam SPSS. Untuk menghitung proporsi siswa yang menggunakan instagram untuk belajar desain grafis, kami mencatat frekuensi untuk setiap item dan menghitung proporsi siswa yang setuju dan sangat setuju dengan item.

Tabel 1. Mean, Standar Deviasi dan proporsi siswa dalam setiap skala.

Pembelajaran Desain grafis SM- Instagram	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju	Mean	Std. Deviation
Untuk mempelajari cara menyelesaikan masalah	1.0	9.0	30.0	49.0	11.0	3.60	0.84
Untuk mengoptimalkan potensi	2.0	4.0	29.0	51.0	14.0	3.71	0.83
Untuk menemukan ide dan gagasan	2.0	7.0	26.0	48.0	17.0	3.71	0.90
Untuk mengunggah karya sendiri	3.0	6.0	28.0	46.0	17.0	3.68	0.93
Untuk mempelajari hal baru	6.0	7.0	44.0	36.0	7.0	3.31	0.92
Untuk saya belajar banyak dengan instagram (dari pada buku panduan)	2.0	8.0	31.0	41.0	18.0	3.65	0.93

Hasilnya menunjukkan bahwa 76% untuk belajar bagaimana memecahkan masalah; 77% untuk mengoptimalkan potensi; 84% untuk menemukan ide dan gagasan; 70,5% untuk mengunggah karya sendiri; 83% untuk mempelajari hal baru 71% percaya bahwa mereka dapat belajar banyak dengan instagram daripada membaca buku.

Tabel 2. Analisis faktor eksploratori dan korelasi antar item

Pembelajaran Desain grafis SM- Instagram

Untuk mempelajari cara menyelesaikan masalah	.706 ^a						
Untuk mengoptimalkan potensi	-.476	.668 ^a					
Untuk menemukan ide dan gagasan	.030	-.410	.773 ^a				
Untuk mengunggah karya sendiri	-.327	.090	-.234	.694 ^a			
Untuk mempelajari hal baru	-.064	-.061	-.121	-.391	.807 ^a		
Untuk saya belajar banyak dengan instagram (dari pada buku panduan)	.147	.100	-.084	-.315	-.012	.550 ^a	

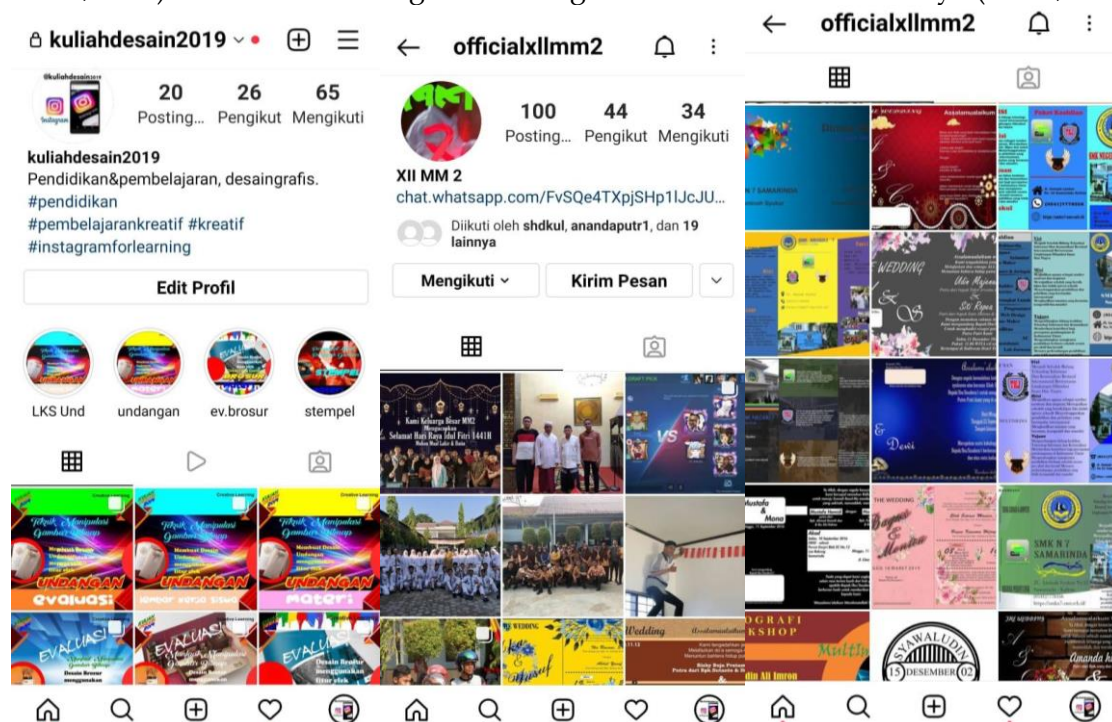
Catatan: Korelasi signifikan pada tingkat 0,01

Hasilnya menyoroti pentingnya pembelajaran berbantuan SM- instagram menemukan ide, imajinasi dan gagasan dalam pembelajaran desain grafis menjadi dasar tujuan belajar SM-Instagram, karena mendapatkan dukungan ide, imajinasi dan gagasan agar proses desain lebih baik.

Fasilitas instagram mendukung lahirnya imajinasi dan gagasan, dari pengetahuan kognitif termasuk pengetahuan afektif dan psikomotorik. Ide kreatif ini merupakan nilai jual utama untuk seorang desainer, terkadang siswa mencari ide yang kreatif sangat susah, padahal ide kreatif dapat kita dapatkan dari mana saja dan kapan saja, tetapi kebanyakan siswa tidak bisa

menangkap apa saja yang bisa dijadikan ide kreatif, didukung penelitian tentang belajar kreatif dengan facebook (Rutherford, 2013).

Mencari sesuatu yang baru dengan berpikir keras tetapi tidak melihat hal sekitar yang bisa dijadikan ide kreatif yang baru. Instagram menjadi alat belajar menemukan ide kreatif yang tepat dalam mengerjakan desain. Diantara perbedaan tersebut sesuai dengan pertumbuhan imajinasi dan gagasan yang ada pada pertumbuhan pada tahun tersebut (gambar2). Analisis terhadap perubahan dan model gaya dilakukan untuk melihat perbedaan gaya photo di instagram (Manovich, 2016) dan desain untuk gerakan dengan teknis dan dasar-dasarnya (Shaw, 2016).



Gambar 1. Tampilan belajar desain grafis dengan SM-Instagram

Pembahasan

Konsistensi internal dari item dalam konstruksi pembelajaran akademik diperiksa menggunakan uji reliabilitas (Cronbach $\alpha = 0,761$), dan hasilnya melebihi titik yang dapat diterima 0,5. Hasil analisis faktor eksploratori dengan analisis komponen utama dan rotasi miring melaporkan bahwa ukuran *Keiser-Meyer-Olkin* pada uji kecukupan sampling adalah 0,714, dan tes Bartlett tentang sphericity signifikan, menunjukkan bahwa data tersebut cocok untuk analisis faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa semua pemuatan barang melebihi 0,5, yang dapat diterima (lihat Tabel 2). Variabel ini (pembelajaran desain grafis SM-Instagram) menjelaskan 55% dari total variasi. Korelasi antara item-item itu signifikan dan dalam kisaran yang dapat diterima (lihat Tabel 2). Hasil analisis faktor eksplorasi dan korelasi antara item mengungkapkan bahwa item ini, bersama-sama, mampu mengukur konstruk pembelajaran desain grafis SM-Instagram, yang dapat menjadi salah satu faktor penentu penggunaan Instagram di kalangan siswa multimedia.

Hasil ini menegaskan bahwa dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa menggunakan SM instagram tentang konten instagram ditemukan independensi atau original photo (Yuheng Hu, Lydia Manikonda, 2014), demikian pula dengan penelitian dilakukan Yang & Hsu (2015) menyebut sebuah dukungan pedagogis untuk penggunaan media sosial dalam pengajaran, argumen utama untuk mengadopsi media sosial dalam pengajaran adalah bahwa aplikasi media sosial menyediakan beberapa format, arahan dan saluran komunikasi, yang dapat meningkatkan hasil pendidikan. instagram sangat di minati karena media sosial ini lebih fokus pada photo dan video yg berdurasi pendek dibandingkan media sosial lain yang berfokus pada kicauan, perkataan atau status sehingga instagram lebih mudah digunakan dan di nikmati (Manampiring, 2015), penggunaan Gambar photo dan video di instagram hampir menjamin

peningkatan keterlibatan siswa, kesadaran kritis, dan pembelajaran mendalam yang dipercepat.

Hasilnya mengkonfirmasi keefektifan gambar-gambar visual dan video tentang pembelajaran siswa dan menyoroti fakta bahwa metode pengajaran tradisional perlu ditingkatkan. Temuan ini konsisten dengan yang dilaporkan dalam penelitian lain yang menyatakan bahwa Hasil kuantitatif penggunaan media sosial berbasis gambar menunjukkan sebuah fungsi bahwa kesepian dapat menurun, sementara kebahagiaan dan kepuasan dengan kehidupan dapat meningkat (Pittman & Reich, 2016).

Sumber belajar desain grafis berbasis komputer dan gambar visual melalui SM- instagram membantu menemukan pemecahan masalah siswa, terutama jika siswa menggunakan sarana desain professional mood board, *sebelum munculnya istilah Mood board* desainer mengalami kesulitan dalam membuat karya terbaiknya, dengan *Mood board* menjadi langkah awal *engagement* rancangan desain menemukan pemahaman bentuk desain dengan mengumpulkan bahan-bahan desain yang menggambarkan tujuan desain. Diperkuat alat belajar berbantuan instagram, siswa mampu mengolah potensinya, penggunaan fasilitas mood board berbantuan Instagram sangat membantu untuk membuat panduan *guide* awal, memvisualisasikan permintaan, mengeksekusi desain sesuai dengan apa yang ingin dicapai ke dalam sebuah site-plan.

Sehingga fasilitas mood board mampu menciptakan sebuah perpustakaan ide mengelola potensi yang dimiliki. Fungsi utama moodboard adalah salah satunya inspirasi, baik untuk desainer individu dan / tim desain (Denton, 2005). Bahwa sumber inspirasi memainkan sejumlah peran penting dalam desain berpikir: sebagai definisi konteks, pemicu untuk pembuatan ide dan menyediakan jangkar untuk menstrukturkan representasi mental dalam desain (lihat gambar 1). Bahan-bahan dikumpulkan dari instagram dan disesuaikan dengan template mood board sebagai panduan awal menyusun rancangan desain. Instagram menyediakan banyak gambar atau photo yang sesuai dengan materi desain grafis, missal membuat kartu nama. Melalui hastag atau tagar seperti #desaingrafis #logo #desainlogo #desainkartunama #moodboard #desainbranding #kelasdesain. Hubungannya dengan kemandirian belajar, pengguna teknologi, kemanfaatan dan menjadikan potensi siswa diarahkan dengan positif dan mendapatkan posisi baik untuk menghasilkan karya desain yang baik. Penting memperhatikan apa saja problem visual dalam menyusun mood boards (Garner & McDonagh-Philp, 2001).

Desain dalam aktivitasnya menjadi sebuah produk, atau solusi visual yang mempunyai fungsi dan nilai *aesthetic*. Berbeda dengan seni murni yang lebih terfokus pada keindahan semata-mata, desain (seni terapan) lebih berfokus pada ke-efektifan desain (Salehudin et al., 2021). Mendukung tujuan pembelajaran desain grafis berbantuan SM-instagram, memproduksi karya sendiri, belajar banyak melalui instagram. maka model pembelajaran seperti ini mendesak untuk segera ditemukan pada penelitian lanjutan, menemukan model seperti apa yang tepat sebagai model campuran dan menggunakan alat pelengkap untuk meningkatkan pendekatan pembelajaran tradisional (Salehudin et al., 2020). Khususnya pembelajaran desain grafis tidak lagi mengandalkan metode pengajaran tradisional menggunakan buku dan presentasi guru. Meningkatkan penggunaan teknologi informasi (IT) di antara siswa dan fasilitas yang disediakan teknologi, aplikasi yang sudah tersedia di android dan telepon cerdas menciptakan kesempatan bagi guru dan siswa untuk pembelajaran dan untuk mendesain ulang metode pengajaran dan memfasilitasi penggunaan teknologi ini untuk tujuan pembelajaran desain grafis SM-Instagram, sejalan penelitian bahwa Instagram untuk pembelajaran desain grafis dapat menunjang hasil belajar siswa (Salehudin et al., 2019).

KESIMPULAN

Pembelajaran desain grafis berbantuan media social Instagram di kalangan guru dan siswa menjadi kreativitas dan inovasi, pada pola dan tujuan keefektifan belajar desain grafis. Hasilnya menegaskan siswa mengandalkan SM instagram untuk memecahkan masalah belajar, menemukan ide dan gagasan, dan menjawab setiap pertanyaan yang mungkin mereka miliki. Hampir semua siswa menggunakan instagram mengunggah karya sendiri dan untuk mencari informasi dan belajar. Siswa bertambah akrab menggunakan internet, teknologi informasi dan

sumber belajar SM- Instagram, dengan inovasi siswa akan lebih mengutamakan karya positif. Gambar atau photo dan video untuk menjelaskan sesuatu akan memudahkan siswa untuk memvisualisasikan dan benar-benar memahami topic belajar. Merekomendasikan pada penelitian pengembangan di masa depan terhadap model pembelajaran SM instagram memakai teknologi baru sebagai sumber belajar, diharapkan akan menghilangkan kelemahan metode tradisional dan meningkatkan tujuan pembelajaran, sebagai wujud dari pembelajaran abad 21 dan revolusi industri 4.0. dan society 5.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, Z., Ayuni, N., & Safiee, S. (2015). New Business Set Up for Branding Strategies on Social Media - Instagram. *Procedia - Procedia Computer Science*, 72, 13–23. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.100>
- Afif Ghurub Bestari, I. (2016). Pengaruh penggunaan media mood board terhadap pengetahuan desain busana pada mahasiswa pendidikan teknik busana. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 3(2), 121–137. <http://journal.uny.ac.id/index.php/jitp>
- Alabdulkareem, S. A. (2015). Exploring the Use and the Impacts of Social Media on Teaching and Learning Science in Saudi. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 182, 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758>
- Aldalalah, A. O., & Ziad, W. M. A. (2015). Standards of Multimedia Graphic Design in Education. *Journal of Education and Practice*, 6(17), 102–111.
- Artal-Sevil, J. S., Romero-Pascual, E., & Artacho-Terrer, J. M. (2015). Blended-learning: New trends and experiences in higher education. *8th International Conference of Education*.
- ChanLin, L.-J. (n.d.). A Theoretical analysis of Learning with Graphics - Implications for Computer Graphics Design. *Eric*, 1–22.
- Creswell, J. W. (2012). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. In *Educational Research* (Vol. 4).
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, 13(No.3), 319–340.
- Denton, D. M. and H. (2005). Exploring the degree to which individual students share a common perception of specific mood boards : observations relating to teaching , learning and team-based design. *Institutional Repository*.
- Development, S. of V. D. of E. and E. C. (2010). *Teaching and learning with Web 2.0 technologies: findings from 2006–2009*. State of Victoria Department of Education and Early Childhood Development.
- Ellmers, G., & Bennett, S. (2008). Graphic Design Education : A Revised Assessment Approach to Encourage Deep Learning Graphic Design. *Journal of Univer Sity Teaching and Learning Practice*, 5(1), 1–11. <http://ro.uow.edu.au/jutlp/vol5/iss1/7>
- Farady, R., & Monica, D. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo ! (Analisis Eksplanatif pada Komunitas Food Blogger # WTFoodies). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 68–82.
- Garner, S., & McDonagh-Philp, D. (2001). Problem interpretation and resolution via visual stimuli: The use of “mood boards” in design education. *International Journal of Art and Design Education*, 20(1), 57–64. <https://doi.org/10.1111/1468-5949.00250>
- Ghony, H. M. D., & Almanshur, F. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif* (1 februari). UIN-Malang Press.
- Hindman, F. M., Bukowitz, A. E., Reed, B. N., & Mattingly, T. J. (2017). No filter: A characterization of #pharmacist posts on Instagram. *Journal of the American Pharmacists Association*, 57(3), 318–325. <https://doi.org/10.1016/j.japh.2017.01.009>
- Hunt, D. S., Lin, C. A., & Atkin, D. J. (2014). Communicating Social Relationships via the Use of Photo-Messaging. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 58(2), 234–252. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.906430>
- Jang, J. Y., Han, K., Shih, P. C., & Lee, D. (2015). Generation like: comparative characteristics in

- instagram. CHI '15: *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 4039–4042. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702555>
- Krishnan, S., Okubo, Y., Goldberg, K., & Uchino, K. (2005). Using a Social Media Platform to Explore How Social Media Can Enhance Primary and Secondary Learning. UC Berkeley. <http://opinion.berkeley.edu/learning>
- Lee, C. S., Alifah, N., & Abu, B. (2015). Instagram This ! Sharing Photos on Instagram. *Springer International Publishing Switzerland*, 132–133. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-27974-9>
- Lucero, A. (2012). Framing , Aligning , Paradoxing , Abstracting , and Directing : How Design Mood Boards Work. *Proc. of DIS 2012, June 11-15, 2012, Newcastle, UK*, 438–447. <https://doi.org/10.1145/2317956.2318021>
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012). *E-Journal "Acta Diurna,"* IV(4).
- Manovich, L. (2016). Subjects and Styles in Instagram Photography (Part 2). *Instagram and Contemporary Image, Part 2*, 1–20. <https://doi.org/10.1109/IGARSS.1999.775103>
- Mao, J. (2014). Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives. *Computers in Human Behavior*, 33, 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.002>
- Moghavvemi, S., & Salarzadeh Janatabadi, H. (2018). Incremental impact of time on students' use of E-learning via Facebook. *British Journal of Educational Technology*, 49(3), 560–573. <https://doi.org/10.1111/bjet.12545>
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube. *International Journal of Management Education*, 16(1), 37–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Osgerby, J., & Rush, D. (2015). An exploratory case study examining undergraduate accounting students' perceptions of using Twitter as a learning support tool. *International Journal of Management Education*, 13(3), 337–348. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2015.10.002>
- Pachler, N., Bachmair, B. & Cook, J. (2010). *Mobile learning: structures, agency, practices*. Springer.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Computers in Human Behavior Social media and loneliness : Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Rutherford, C. (2013). Facebook as a Source of Informal Teacher Professional Development. *In Education*, 16(1), 60–74. <http://ineducation.ca/index.php/ineducation/article/view/76/512>
- Ruths, D., & Pfeffer, J. (2014). Social Media For Large Studies of Behavior. *Science*, 346(6213), 1063–1064. <https://doi.org/10.1126/science.346.6213.1063>
- Salehudin, M., Degeng, N. S., Sulthoni, & Ulfa, S. (2019). The influence of creative learning assisted by instagram to improve middle school students' learning outcomes of graphic design subject. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 7(4), 849–866. <https://doi.org/10.17478/jegys.626513>
- Salehudin, M., Hamid, A., Zakaria, Z., Rorimpandey, W. H. F., & Yunus, M. (2020). Instagram user experience in learning graphic design. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(11), 183–199. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i11.13453>
- Salehudin, M., Nasir, M., Hamzah, S. H., Toba, R., Hayati, N., & Safiah, I. (2021). The Users' Experiences in Processing Visual Media for Creative and Online Learning Using Instagram. *European Journal of Educational Research*, 10(4), 1669–1682. <https://doi.org/https://doi.org/10.12973/eu-jer.10.4.1669>
- Shaw, A. (2016). *design for motion motion design Techniques and Fundamentals* (Vol. 8645, Issue 773). Taylor & Francis.
- Statista. (2022). *Countries and territories with the highest Instagram audience reach as of January 2022*

- (July). <https://www.statista.com/statistics/325567/instagram-penetration-regions/>
- Stokes, D. (n.d.). *Imagination and Creativity* (The Route). Routledge.
- Stuart, H. S. and H. H. K. (1974). *Advertising Graphic Design and Its Effect on Recall and Attitude: A Field Experiment*.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Weilenmann, A., & Hillman, T. (2013). Instagram At The Museum : Communicating the Museum Experience Through Social Photo Sharing. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1843–1852. <https://doi.org/10.1145/2470654.2466243>
- Yang, C.-M., & Hsu, T.-F. (2017). Applying Semiotic Theories to Graphic Design Education: An Empirical Study on Poster Design Teaching. *International Journal of Higher Education*, 6(2), 188–198. <https://doi.org/10.5539/ies.v8n12p117>
- Yuheng Hu, Lydia Manikonda, S. K. (2014). What We Instagram : A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, McCune 2011*, 595–598.