

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Edukasiparlemen Dalam Meningkatkan Citra

Fara Dilla Fairuz¹, Ummi Hanifah², Titiek Surya Ningsih³

^{1,2,3}Universitas Tama Jagakarsa

e-mail: dillafairuz.fai@gmail.com, hanifah.ummy74@gmail.com, titiek.anwar@gmail.com

Cara Sitasi: Fara D F, Ummi H, Titiek S N (2024) Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Edukasiparlemen Dalam Meningkatkan Citra 2024 24(1), 21-29 Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

Abstract - The mass media always reports negative information about the DPR RI, it has an impact on a negative image of the DPR RI institution and political parties. Based on the LSI survey for the period March 31-April 4 2023, the level of public trust of DPR RI institution and political parties only gained 5%. Therefore the Secretariat General of the DPR RI utilizes social media Instagram as a media for promotion, dissemination and public education through the account @edukasiparlemen. The research method used in this research is qualitative, descriptive in nature and uses case studies. Data collection techniques using observation, in-depth interviews and documentation. The conclusion of this study is that the credibility of the @edukasiparlemen account is formed due to direct interaction between Instagram followers and the Public Relations Secretariat General of the DPR RI, education delivered on Instagram is the same as offline education. Instagram followers @edukasiparlemen are dominated by high school / vocational students, students and the academic community. Published content about parliamentary education includes Did you know?, Contact Yuk, Sunmori, quizzes, etc. The contents are very clear and interactive so that they get considerable attention from followers.

Keywords: DPR RI, Public Relation, Image, Education, Instagram

PENDAHULUAN

Seperti yang diketahui bahwa citra DPR RI dalam pandangan masyarakat Indonesia cenderung negatif, hal tersebut terjadi karena DPR yang merupakan kepanjangan dari Dewan Perwakilan Rakyat dianggap belum mampu menjalankan tugas legislatif yang berkaitan dengan kepentingan rakyat. Hal tersebut diperkuat dengan adanya survei yang dilakukan oleh LSI (Lebaga Survei Indonesia) periode 31 Maret – 4 April 2023, survei dilakukan dengan cara pemilihan sampel acak yaitu melalui metode random digit dialing (RDD). Survei dilakukan dengan teknik memilih sampel melalui proses pembangkitan nomer telepon secara acak, validasi dan screening. Dengan teknik RDD, sampel sebanyak 1.229 responden dipilih. Margin of error diperkirakan lebih kurang 2.9 persen. Dari survei tersebut didapatkan bahwa DPR dan Partai Politik hanya mendapatkan 5 persen tingkat kepercayaan sangat percaya, 44 persen merasa cukup percaya, 29 persen menilai kurang percaya dan 14 persen lainnya menilai tidak percaya sama sekali.

Citra negatif DPR RI bisa dikatakan terbentuk dari framing yang terjadi akibat pemberitaan media massa maupun elektronik, yang sudah menjadi rahasia umum bahwa pemberitaan di media mainstream pasti terkait dengan dunia politik. Setiap gerak gerik seluruh anggota DPR menjadi sorotan, sehingga apabila ada individu yang melakukan kesalahan, maka

media akan mengeneralisir seolah semua individu di dalamnya melakukan hal yang sama. Minimnya informasi berimbang yang diterima oleh masyarakat mengenai kinerja, pencapaian, serta penggiringan opini yang dilakukan oleh media-lah yang membuat citra DPR RI terkesan buruk. Banyak terjadi citra individu bias dengan citra kelembagaan.

Pesatnya pengguna internet terutama media sosial diperkuat dengan laporan dari lembaga We Are Social pada Januari 2023, yakni terdapat 167 juta orang pengguna media sosial di Indonesia saat ini. Berdasarkan Napoleon Cat, ada sekitar 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari 2023, dan hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang besar untuk mengubah pandangan masyarakat dengan cara pemanfaatan media sosial khususnya Instagram. Tak terkecuali Humas Setjen DPR RI yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah untuk meningkatkan citra positif yang ada pada benak masyarakat. Van Dijk (Nasrullah, 2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut Macarthy (2015) instagram merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak.. Sedangkan Albarran (2013) (Shaleh dan Furrie, 2020) menyatakan bahwa media sosial instagram merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi foto yang dibuat pada Oktober 2010. Pengguna media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengeditnya dengan menggunakan efek yang tersedia, dan membagikan foto mereka ke situs jejaring sosial. Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel. Pendapat lain menambahkan yakni (Muhammad Irfan Fauzi dan Nova Yuliati, 2021) dalam tulisannya yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Journal Riset Public Relation*, 1(2),148-155.

media sosial instagram dirasa dalam penggunaannya lebih praktis yang dimana tidak terpaksa oleh ruang dan waktu serta dalam penyebaran informasinya lebih cepat dan luas.

Pemanfaatan media sosial instagram diharapkan menjadi sebuah wadah dan ruang untuk meningkatkan citra positif DPR RI, melalui akun Instagram @edukasiparlemen yang merupakan akun resmi Humas Setjen DPR RI. Akun Instagram ini dikelola oleh Humas dan Pengelola Museum DPR RI, sampai dengan Mei 2022 telah mempunyai 17.600 pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 1.757 post. Dengan karakteristik media sosial yang berbeda dengan media terdahulu yakni elektronik dan massa, media sosial lebih memiliki karakter khusus, seperti menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu: 1. Jaringan (Network) ; 2. Informasi (informations) ; 3. Arsip (archive) ; 4. Interaksi (interactivity) ; 5. Simulasi sosial (simulation of society) ; dan 6. Konten oleh Pengguna (user-generated content). Dengan karakter khusus tersebut diharapkan dapat memberikan informasi berimbang untuk masyarakat ditengah gempuran pemberitaan media konvensional yang isi beritanya sarat dengan kepentingan politik.

DPR RI seharusnya menjadi lembaga yang bisa dipercaya oleh masyarakat, hal tersebut bisa diraih dengan terus membangun citra positif. Citra positif menjadi salah satu hal yang sangat penting mengingat DPR RI memiliki tiga fungsi dalam kenegaraan, yakni fungsi legislasi (pembuat undang-undang), fungsi pengawasan, dan fungsi anggaran. Menurut Liliweri (2014:250) fungsi utama humas

adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publik, internal maupun eksternal, dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik untuk menciptakan iklim pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga (organisasi). Harlow (Shaleh dan Furrie, 2020) mengatakan bahwa mengatakan bahwa public relations berperan dalam membantu manajemen mendirikan dan memelihara hubungan komunikasi yang menguntungkan organisasi. Hubungan komunikasi dilakukan melalui keterbukaan dan kerjasama antara publik dengan organisasi, seperti pengelolaan manajemen isu dan resiko, serta performance (penampilan) dari organisasi berkaitan dengan citra dimata publik. Proses penyampaian dan pengelolaan citra yang dilakukan oleh public relations (humas), dilakukan melalui kampanye organisasi, seperti kampanye produk kepada khalayak yang menjadi target dari perusahaan (Raharjo, 2016). Tetapi menurut Soemirat dan Ardianto (2007) (dalam Apriananta dan Wijaya, 2018), citra sulit terbentuk oleh publik dalam waktu yang sekejap. Citra sendiri merupakan hasil dan sekaligus tujuan dari program jangka panjang yang timbul dari masyarakat. Citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Sedangkan menurut Edward L. Bernays (Liliweri, 2014), fungsi utama humas yakni, memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Cutlip, Center dan Broom (Datuela, 2013) mengatakan pelaksanaan strategi humas dalam berkomunikasi dikenal dengan istilah “7-Cs PR Communications”, yaitu: (1) credibility (kredibilitas), yakni komunikator harus menciptakan suasana saling percaya untuk mendapatkan atensi dari publik yang dilayaninya, (2) context (konteks), berhubungan dengan lingkungan sosial, suatu pesan harus dapat disampaikan dengan jelas dengan sikap partisipatif, (3) content (isi), isi pesan harus menyangkut kepentingan publik, sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat, (4) clarity (kejelasan), pesan disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, dan memiliki maksud, tema, dan tujuan yang sama antara komunikator dan komunikan, (5) continuity and consistency (kontinuitas dan konsistensi), komunikasi dilakukan secara berulang dan berkesinambungan dengan berbagai variasi pesan. Pesan tersebut juga harus konsisten sehingga mempermudah dalam melakukan

proses komunikasi untuk membujuk publiknya, (6) channels (saluran), pemakaian saluran yang tepat dan penggunaan media yang berbeda sesuai dengan target sasaran dan (7) capability of the audience (kapabilitas khalayak), komunikasi akan efektif apabila berkaitan dengan faktor-faktor seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan khalayak (Ardianto, 2011). Jenis kegiatan humas yaitu berupa publikasi, promosi, edukasi dan lain sebagainya (Vernadaina, 2019).

Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Dina, F & Simorangkir, J (2021) dengan penelitian berjudul "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019" yang diterbitkan di *Journal Of Political Issues* Vol.3 No. 1 Juli 2021. Adapun hasil penelitian yakni penggunaan media sosial instagram dapat membantu meningkatkan citra positif Joko Widodo dengan diunggahnya keberhasilan-keberhasilannya selama menjadi Presiden pada periode sebelumnya. Misal seperti memposting mengenai keberhasilan membangun Infrastruktur di banyak daerah di Indonesia. Dari unggahan tersebut mendapatkan sambutan positif berupa banyaknya like yang didapat dari setiap postingannya. Penggunaan Instagram oleh Joko Widodo dalam membangun citra selama masa kampanye Pilpres 2019 dianggap berhasil karena berjalan dengan mudah dan efektif.

Selain itu Sazali, H & Sukriah, A (2021) dengan penelitian berjudul "Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan" yang diterbitkan di *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 10 No. 2 September 2021 : Hal 147-160. Adapun hasil penelitian yakni pemanfaatan Instagram dilakukan dengan banyak mengunggah prestasi dan kegiatan SMAU CT Foundation yang mana hal tersebut dapat membentuk citra baik bagi audiens yang melihatnya. dengan pemanfaatan media sosial di dapatkan jangkauan yang cukup luas. Sisi positifnya dengan dibagikannya kegiatan dan prestasi SMAU CT Foundation banyak tawaran kerjasama yang masuk seperti tawaran beasiswa bagi siswa/siswi yang akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif (Budiyantri, et.al, 2020). Pada pendekatan kualitatif, data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan (Hamdi & Bahruddin, 2014). Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode studi kasus. Menurut Sugiyono (2016)

mengemukakan bahwa penelitian metode studi kasus adalah dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi media sosial instagram @edukasiparlemen yang digunakan oleh humas Setjen DPR RI sebagai wadah meningkatkan citra positif dibenak masyarakat.

Teknik pengumpulan datanya memakai observasi, dokumentasi dan wawancara. Dalam wawancara tidak menggunakan pertanyaan yang terstruktur, melainkan hasil dari interaksi yang dibangun antara peneliti dengan narasumber. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Subyek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Sebagaimana dijelaskan oleh Arikunto (2016: 145) bahwa subyek penelitian adalah subyek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Subyek penelitian adalah sumber informasi yang digali untuk mengungkap data dan fakta yang terjadi di lapangan. Obyek penelitian ini adalah akun Instagram @edukasiparlemen yang dikelola oleh Humas Setjen DPR RI

Dalam penelitian ini yang menjadi Informan adalah :
Nama : Ratna Tarisa Ekaningtyas, S.I.Kom, M.B.A (Risa)

Jabatan : Pranata Humas Ahli Pertama, Setjen DPR RI

Nama : Agra Dwita Sulistyajati, S.I.Kom (Agra)
Jabatan : Pranata Humas Ahli Pertama, Setjen DPR RI

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara mendalam terhadap subjek dan objek penelitian, didapatkan hasil berikut:

1. Sekretariat Jenderal DPR RI

Berdasarkan website resmi DPR RI, Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (Setjen DPR RI) merupakan unsur penunjang DPR, yang berkedudukan sebagai Kesekretariatan Lembaga. Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2020 tentang Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (Perpres Nomor 26 Tahun 2020 tentang Setjen DPR RI) dinyatakan bahwa Setjen DPR RI adalah aparatur pemerintah yang dalam

menjalankan tugas dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan DPR RI. Setjen dipimpin oleh Sekretaris Jenderal.

2. Tugas Fungsi Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI

Berdasarkan Peraturan sekjen DPR RI Nomor 6 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal DPR RI, tugas dan fungsi Bagian Humas dan Pengelolaan Museum adalah menerima kunjungan masyarakat, penyaluran delegasi masyarakat, promosi, diseminasi, dan edukasi publik, serta pengelolaan museum DPR RI.

3. Media Sosial Humas Setjen DPR RI

Di era digitalisasi saat ini, Humas Setjen DPR RI memiliki beberapa akun media sosial untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi humas Setjen DPR RI, diantaranya: Instagram @ppid.dprri ; Instagram @museumdpr ; Instagram, tiktok dan twitter @parlemen_remaja; Instagram dan tiktok @edukasiparlemen. Masing-masing akun media sosial berfokus pada perwujudan tugas dan fungsi humas Setjen DPR RI pada era digitalisasi, sekilas akan dibahas dalam penelitian ini, yakni seperti akun Instagram @ppid.dprri berfokus pada informasi dan dokumentasi setjen DPR RI yang berorientasi untuk pelayanan dan keterbukaan informasi kepada masyarakat, seperti pemberian informasi tatacara permohonan dan bagaimana mengaksesnya. Informasi yang bisa diakses seperti: a) Risalah rapat yakni seluruh transkrip proses pembahasan Rancangan Undang Undang (RUU); b) Naskah akademik yakni kajian filosofi, akademik dan yuridis yang melatarbelakangi penyusunan sebuah draft penyusunan RUU ; c) Laporan singkat yakni berisi poin-poin penting dalam sebuah rapat; dan lain-lain. Instagram @museumdpr berfokus pada eksplorasi kekayaan sejarah DPR RI.

Akun @parlemen_remaja dipakai menjadi salah satu wadah pendidikan demokrasi dan politik bagi para siswa SMA sederajat tingkat nasional yang dilakukan setiap tahun. Disini adalah kegiatan tahunan Humas yang diselenggarakan secara offline, kecuali pada saat Pandemi Covid 2019 dilakukan secara online. Dalam kegiatan parlemen remaja, dilakukan kegiatan simulasi menjadi anggota DPR RI selama 5 (lima) hari sebagai anggota parlemen yang akan diperankan oleh siswa/I SMA sederajat terpilih dengan tujuan memasyarakatkan fungsi dan peranan DPR RI kepada remaja sebagai generasi penerus bangsa, memberikan pemahaman dalam pembuatan kebijakan publik di parlemen, dan meningkatkan proses pemahaman demokrasi di Indonesia. Pemanfaatan media sosial @parlemen_remaja digunakan untuk informasi publik mulai dari sosialisasi, promosi, penjangkauan peserta hingga report kegiatan selama event parlemen remaja berlangsung. Dengan kegiatan ini, diharapkan siswa/I yang berpartisipasi dapat mengimplementasikan ilmu

yang didapat dalam kehidupan sehari-hari dan dapat berpengaruh pada lingkungannya. Jika Instagram @parlemen_remaja adalah instagram khusus event tahunan Humas Setjen DPR RI, berbeda dengan Instagram @edukasiparlemen yang berfokus pada konten-konten digital harian yang dipersiapkan untuk mengedukasi publik secara kontinyu. Segmen @edukasiparlemen lebih luas meliputi guru, siswa/I, dosen, mahasiswa/I dan organisasi.

4. Edukasi Parlemen

Dikutip dari website dpr.go.id , berdasarkan tugas dan fungsinya, bagian Humas dan Pengelolaan Museum membuat Program Edukasi Parlemen, yang bertujuan memberikan edukasi kepada publik (Siswa/Mahasiswa/Organisasi) terkait pelaksanaan tugas, fungsi, wewenang dan mekanisme kerja Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Program Edukasi Parlemen ini dikemas dalam konsep edutainment (education plus entertainment), sehingga rangkaian kegiatan yang ada dibuat semenarik mungkin dan melibatkan partisipasi peserta dalam proses pembelajaran. Kegiatan diskusi, observasi dan simulasi dilaksanakan untuk menjadikan peserta sebagai subjek pembelajaran. Secara umum rangkaian kegiatan meliputi diskusi dan simulasi.

Jika dilihat dari kehadiran peserta dalam kegiatan Edukasi Parlemen, kegiatan ini diselenggarakan dengan dua cara, yakni:

A. Luring (datang langsung)

Publik datang secara langsung ke Gedung DPR RI dan diterima di Ruang Abdul Muis untuk melaksanakan diskusi dan simulasi, mengenai tugas, fungsi, wewenang, dan mekanisme kerja DPR RI yang menghadirkan narasumber dari Sekretariat Jenderal DPR RI dan dipandu oleh seorang moderator. Setelah kegiatan diskusi dan simulasi, publik diajak untuk berkeliling gedung DPR RI (tour building) khususnya ke Museum DPR RI dan Ruang Sidang Paripurna 1 di kompleks Gedung Nusantara (gedung kubah hijau) untuk melakukan observasi dan telaah sejarah.

B. Daring (melalui virtual)

Edukasi Parlemen dilaksanakan dengan memanfaatkan sarana virtual meeting. Adapun rangkaian kegiatannya tidak jauh berbeda dengan yang dilaksanakan secara luring, namun seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara virtual. Kegiatan observasi ke Museum DPR RI dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi virtual tour. Edukasi publik secara daring ini dilaksanakan untuk dapat menjangkau publik yang lebih luas, maupun publik yang memiliki keterbatasan atau hambatan untuk hadir secara fisik.

Kegiatan kunjungan edukasi parlemen secara luring/offline berlaku setiap hari kerja. Kunjungan tersebut dapat dilakukan oleh murid dan guru dari tingkat sekolah, mahasiswa/I dan dosen dari tingkat Universitas, dan kelompok masyarakat.

5. Instagram @edukasiparlemen

Cikal bakal Instagram @edukasiparlemen dibuat oleh mahasiswa magang pada tahun 2017. Berawal dari kegiatan kunjungan ke parlemen yang hanya mempunyai dokumentasi report secara internal, mahasiswa magang akhirnya membuat Instagram @edukasiparlemen sebagai wujud digitalisasi informasi kepada publik, sehingga bagi yang sudah berkunjung akan mudah melihat publikasi resmi yang diunggah melalui akun media sosial humas setjen DPR RI.

“...Jadi konten awal yang diunggah hanya seputar foto orang yang sedang berkunjung dan nama-nama sekolah yang akan berkunjung selanjutnya...” (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

“...Kemudian pada tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 melanda membuat kunjungan secara offline berhenti, akhirnya Instagram @edukasiparlemen dioptimalisasi untuk kegiatan edukasi parlemen secara online, yang tadinya disampaikan secara offline kemudian dituang dalam konten Instagram seperti fungsi DPR, pengenalan anggota, dsb. Ini sebagai report juga, jadi atasan atau publikpun tau...” (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Menurut para informan, pemilihan media sosial Instagram sebagai media humas online adalah karena melihat dari karakteristiknya yang sudah multimedia, serta sebagai media yang happening. Kenapa tidak memilih Facebook karena dinilai terlalu luas, sedangkan Instagram sudah lebih segmented. Followers dari Instagram @edukasiparlemen adalah orang-orang yang pernah kunjungan ke DPR RI yakni siswa sekolah, mahasiswa, guru, dosen dan kelompok masyarakat. Kini Humas DPR RI juga memiliki akun Tiktok dengan username yang sama dengan username Instagram yakni Edukasi Parlemen. Alasan menambah akun di media sosial Tiktok karena adanya perkembangan zaman dan karakteristik Tiktok yang berbeda dengan Instagram yakni video-based, dimana membagikan informasi dengan video dianggap lebih menarik. Namun sejauh ini dari segi kelengkapan informasi, Instagram @edukasiparlemen masih lebih lengkap dibandingkan akun Tiktoknya.

Berdasarkan informasi dari para informan, setiap akun media sosial yang dikelola oleh Humas Setjen DPR RI termasuk akun Instagram @edukasiparlemen dikelola dengan sistem rolling diantara para karyawan PNS dilingkungan Humas Setjen DPR RI setiap tahunnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar terjadi pemerataan experience antar karyawan, saling memberi saran dan saling membantu. Sistem rolling ini didasarkan atas penugasan secara lisan (tidak ada SK khusus) oleh atasan pada semua karyawan dan hasilnya disepakati berdasarkan kesepakatan bersama. Peran karyawan Humas Setjen DPR RI yang di rolling ini adalah sebagai mentor, dalam pengelolaan masing-

masing media sosial dibantu oleh mahasiswa magang. Humas Setjen DPR RI membuka peluang bagi mahasiswa/i yang membutuhkan tempat untuk magang setiap 3(tiga) bulan sekali dengan kualifikasi graphic designer, video editor dan social media strategist. Masing-masing akun sosial media dikelola oleh minimal 3 (tiga) orang mentor dan 3(tiga) orang mahasiswa magang.

Dalam praktik pelaksanaannya tidak ada Standard Operational Procedure (SOP) khusus terkait dengan manajemen pengelolaan media sosial.

“...tidak ada SOP khusus, Cuma setiap pergantian anak magang kita ada briefing ulang. Kita kasih informasi dan bekal seperti demografis masing-masing akun, prime time naik konten biasa di jam berapa...” (Hasil wawancara dengan Risa, Humas Setjen DPR RI)

Dari hasil wawancara mengenai SOP disimpulkan bahwa tidak ada SOP tertulis, sebagai batasan-batasannya diinformasikan secara langsung pada briefing awal pertemuan dengan mahasiswa magang.

Pemanfaatan media sosial Instagram @edukasiparlemen dilakukan secara optimal, yakni dengan dibuatnya PR editorial content / content plan untuk 1 (satu) bulan kedepan, seperti yang disampaikan oleh informan dalam penelitian ini,

“...biasanya awal atau akhir bulan ada rapat untuk membicarakan content planning sebulan kedepan, tema-tema apa yang akan diangkat...” (Hasil wawancara dengan Risa, Humas Setjen DPR RI)

Tambahan dari informan lain

“...kalau untuk tema konten apa aja yang akan di upload kita siapin untuk sebulan, tapi biasanya tiap minggu punya PIC dari mentor yang telah ditugaskan, nanti anak magang yang bertanggung jawab untuk upload konten di minggu tersebut harus berkonsultasi dulu dengan PIC nya...” (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Mengenai strategi pengunggahan konten di pada prime time-nya akun @edukasiparlemen 34 pada pukul 09.00 s.d 12.00 WIB dan sore hari diatas pukul 18.00 s.d 20.00 WIB.

6. Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Media Sosial oleh Humas Setjen DPR RI

“...salah satu tugas humas adalah diseminasi dan informasi publik, tadinya kita menyebarkan informasinya terbatas hanya pada yang kunjungan secara langsung, namun kini untuk yang belum pernah kunjungan pun bisa di edukasi, jadi lebih luas jangkauannya. Yang kedua manfaatnya lebih terukur untuk pemenuhan kebutuhan angka kredit PNS dan bisa diukur efektivitas dari konten yang sudah di upload dan ketika kita mau menjelaskan sesuatu tapi belum pegang materi, tinggal buka IG aja...” (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Tambahan dari informan lain

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kelebihan atau manfaat yang dirasakan oleh Humas Setjen DPR RI dapat disimpulkan, yakni : 1) Jangkauan penyebaran informasi lebih luas ; 2) Terukur ; 3) Bersifat arsiparis digital ; 4) Sebagai wadah sosialisasi "...kekurangannya hanya nambah PR aja karena harus maintain agar interaksi dengan publik tidak menurun..." (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Untuk kekurangan yang dirasakan hanya harus lebih extra dalam menjaga akun yang sudah ada, karena pada zaman digitalisasi seperti ini, tolak ukur masyarakat untuk melihat "seseorang" masih "hidup" atau tidak adalah dengan melihat keaktifannya di media sosial.

7. 7-Cs PR Communication

Berkaitan dengan teori 7-Cs PR Communication implementasi kegiatan humas online dalam pemanfaatan media sosial Instagram @edukasiparlemen adalah pada indikator

a. Credibility (kredibilitas)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mereka menjelaskan bahwa cara agar terus meningkatkan kredibilitas baik dimata publik melalui akun resmi Humas Setjen DPR RI yakni @edukasiprlemen adalah dengan cara menjalankan tugas fungsi Humas secara optimal. Jika terkait dengan citra DPR yang terbentuk kini, informan menjelaskan bahwa di DPR RI terdapat satu unit kerja yang khusus mengurus media cetak dan media online dalam hal ini mengelola langsung akun resmi @dpri. "...kita pisahkan dulu , akunnya humas DPR dengan akunnya DPR (@dpri) itu berbeda, humas DPR hanya menjalankan fungsi kehumasan, tidak menjalankan fungsi yang berkaitan dengan media, pemberitaan, press release atau media monitoring itu di biro pemberitaan parlemen. Sedangkan Humas Setjen DPR tugas fungsinya bersifat interaksi langsung seperti pelayanan, event, penerimaan kunjungan..." (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Informan menambahkan

"... selain itu segmentasinya juga berbeda, kalau akun Instagram @dpri itu lebih luas, hate speech dll ada disana, sedangkan bagian Humas DPR RI tugasnya mengedukasi, segmentasinya pun orang-orang yang kunjungan. Ketika kunjungan kita pun mengarahkan ke akun @edukasiparlemen untuk segala informasi tentang DPR yang dibutuhkan, bukan ke akun @dpri , selain itu kenapa kita arahkan seperti itu karena kalau kita edukasi di akun @dpri dengan segmentasi yang luas dan penuh amarah tadi, tidak akan masuk. Makanya kita fokuskan untuk mengedukasi segmentasi yang masih bisa menerima segala informasi dan edukasi dari DPR RI..."" (Hasil wawancara dengan Agra, Humas Setjen DPR RI)

Kredibilitas akun @edukasiparlemen terbentuk karena adanya interaksi langsung yang tercipta antara Humas Setjen DPR RI dengan followers Instagram @edukasiparlemen yang mayoritas adalah orang-orang yang pernah menerima informasi, edukasi dan melakukan kunjungan ke DPR RI.

b. Context (pertalian)

Memiliki tugas dan fungsi yakni diseminasi dan informasi publik, Humas dan pengelolaan Museum Setjen DPR RI menjadikan program edukasi parlemen sebagai salah satu wadah untuk mewujudkan tugas fungsi kehumasannya tersebut. Kegiatan edukasi parlemen dilakukan secara luring/offline dan daring/online, oleh karena itu bisa dipastikan bahwa komunikasi antara komunikator dalam hal ini Humas Setjen DPR RI dengan komunikan bisa optimal dan efektif karena sarana dan prasarana yang ada sangat mendukung. Hal tersebut dibuktikan ketika Pandemi Covid-19 melanda, Instagram @edukasiparlemen dioptimalkan untuk kegiatan edukasi, sehingga unsur konteks komunikasi efektif antara komunikator dan komunikan tetap terjaga walaupun tidak kunjungan secara langsung, hal ini bisa dilihat dari insight Instagram @edukasiparlemen yang pada Juni 2023 followersnya terus bertambah hingga diangka 18ribu akun.

c. Content

Instagram @edukasiparlemen dibawah naungan Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI berisi mengenai edukasi seputar parlemen, dibawah ini adalah beberapa contoh tema konten yang secara efektif sedang dilaksanakan, seperti :

1) Konten "Kenalan yuk!"



Sumber: Instagram @edukasiparlemen

Gambar 2. Konten Instagram Edukasi Parlemen "Kenalan Yuk!"

Konten ini berisi mengenai pengenalan anggota DPR RI. Konten ini di upload dengan cara kategorisasi berdasarkan Daerah Pemilihan (Dapil), Karena jumlah anggota DPR yang cukup banyak, maka konten ini termasuk konten yang continue diupdate. Tujuan konten ini adalah sebagai informasi dan edukasi ke publik tentang siapa saja yang mengemban tugas dan menduduki kursi DPR RI sebagai perwakilan rakyat dari masing-masing daerahnya.

2) Konten Sunmori (Sunday morning information)

Konten ini berisikan serba-serbi informasi ringan

seputar DPR RI yang di upload setiap minggu pagi. Mayoritas konten ini dikemas dengan sajian berbasis video.

3)Konten #Tahukah kamu?

#Tahukahkamu merupakan sebuah program yang membahas materi keparlemenan, baik itu informasi secara umum terkait DPR RI, tugas dan fungsi DPR RI, serta semua elemen dan support system yang ada di dalamnya. Tujuannya agar masyarakat umum terutama generasi Z dapat mengenal DPR RI .

4)Konten Informasi Recruitment Magang

Berisi mengenai informasi mengenai magang di Humas Setjen DPR RI. Dalam setahun, program magang dibuka sebanyak empat batch dengan jangka waktu batch masing-masing tiga bulan.

5)Konten Ucapan Hari Besar Nasional (HBN)

Berisi mengenai ucapan peringatan hari besar nasional dan hari besar keagamaan.

6) Konten “USA (Ujian SelaSA)”

Konten ini berisi program yang menyajikan games atau permainan ringan , yang bertujuan untuk meningkatkan engagement target khalayak. Tema USA beragam, bisa terkait parlemen, HBN atau event besar lainnya. Konten USA disajikan dalam bentuk question box, voting box, this or that multiple choice dan sebagainya

7) Konten Kuis Akhir Bulan

Selain games-games ringan di hari Selasa, @edukasiparlemen juga mengadakan kuis disetiap akhir bulannya. Pada konten kuis akhir bulan ini disediakan merchandise edukasi parlemen seperti tumblr, flashdisk dan powerbank yang dikirim kepada tiga pemenang beruntung. Materi kuisnya mengenai materi parlemen atau HBN yang sudah di unggah sebelumnya.

8) Konten Edutalk

Edutalk merupakan program berupa obrolan yang ditayangkan secara live streaming dalam rangka membangun kedekatan antara masyarakat dengan DPR RI. Sebagai sarana salah satu edukasi dan diseminasi, tema-tema yang diangkat terkait fungsi dan tugas DPR RI, keSetjenan sebagai support system DPR RI atau disesuaikan dengan event besar yang sedang berlangsung.

9) Poster Kegiatan

Program ini berisi informasi yang bertujuan untuk mempromosikan dan mendiseminasikan program ataupun acara-acara besar yang akan diselenggarakan oleh DPR RI ataupun Setjen DPR RI.

10) Report Kunjungan Edukasi Parlemen #dirumahaja Report yang berisi mengenai kunjungan keparlemen secara luring ke kantor DPR RI maupun secara daring melalui virtual room. Kegiatan kunjungan secara daring banyak digunakan ketika Pandemi Covid-19. Dan konten ini mulai berhenti seiring kebijakan pemerintah untuk mengaktifkan kembali semua kegiatan secara offline.

Konten yang di upload di Instagram

@edukasiparlemen memungkinkan untuk di remake di kemudian hari, karena menurut informan materi edukasi keparlemenan pasti bisa habis atau dilakukan pengembangan.

d. Clarity (Kejelasan)

Pesan yang disampaikan di Instagram @edukasiparlemen sangat menarik dan mudah dicerna. Pesan dikemas dengan mengoptimalkan keunggulan Instagram yang bersifat multimedia untuk selanjutnya diunggah di laman feed, story maupun reels. Setiap grafik, foto atau video yang diunggah disertakan juga dengan penjelasan singkat (caption) untuk mendukung isi pesannya. Semua informasi bersifat jelas dan tidak saru sehingga Instagram @edukasiparlemen dianggap sebagai galeri publik yang bisa diakses oleh siapa saja yang membutuhkan informasi mengenai DPR RI

e. Continuity and consistency (kontinuitas dan konsistensi),

Dengan adanya PR editorial plan / content plan dipastikan bahwa upload konten di Ins 36 @edukasiparlemen selalu kontinyu. Adapun konten yang secara konsisten di upload yakni pengenalan anggota DPR RI.

“,,,karena jumlahnya banyak jadi konten kenalan yuk cukup sering kita upload, kami mengusahakan semuanya terupdate sesuai masing-masing dapilnya...” (Hasil wawancara dengan Risa, Humas Setjen DPR RI)

f.Channels (saluran)

Saluran yang dipakai untuk kegiatan edukasi parlemen adalah Instagram dan tiktok. Namun dalam penelitian ini hanya berfokus pada saluran Instagram, selain karena unggahan konten yang konsisten, di akun @edukasiparlemen juga telah dinilai efektif dan mampu mengedukasi masyarakat khususnya yang telah menjadi followers Instagram terkait dengan tugas dan fungsi DPR RI. Hal tersebut dibuktikan dengan reach dan engagement yang cukup tinggi. dan tidak ada komentar yang bernada hate speech.

Adapun karakteristik followers akun Instagram @edukasiparlemen sebagai berikut:

- Dari segi usia mayoritas followers instagram @edukasiparlemen adalah 18-24 tahun yakni 61.2 persen, disusul usia 25-34 tahun sebanyak 22.1 persen, lalu peringkat ketiga ditempati usia 35-44 tahun sebanyak 7.4 persen, posisi ke empat ada usia 13-17 tahun 4.3 persen dan sianya diisi oleh usia 45-54 dan 55 -64 tahun dengan masing presentase 3.2 persen dan 0.8 persen .

- Dari segi gender, followers instagram @edukasiparlemen mayoritas adalah perempuan dengan presentase sebesar 58.2 persen dan laki-laki 41.7 persen.

- Dari segi geografis lokasi followers instagram @edukasiparlemen didominasi oleh Jakarta

sebesar 34 persen, lalu peringkat selanjutnya di isi oleh Bekasi 3 persen , Bandung 2.5 persen, Depok 2.2 persen, dan Tangerang 2.2 Persen.

g. Capability of the audience

Dengan karakteristik followers instagram @edukasiparlemen yang didominasi oleh golongan pelajar dan Mahasiswa dengan psikologi pernah mendapatkan edukasi dari Humas Setjen DPR RI melalui kunjungan secara luring/offline maupun daring/online, bisa dipastikan mereka mempunyai kapabilitas untuk menerima informasi yang di berikan oleh akun instagram @edukasiparlemen.

Misal, Dalam kegiatan kuis seputar Parlemen yang diadakan oleh Humas Setjen DPR RI melalui akun Instagram @edukasiparlemen selalu mendapat antusias yang cukup banyak dari followers. Mereka bisa menjawab kuis tersebut dengan baik.

KESIMPULAN

Tugas dan fungsi Humas Setjen DPR RI adalah menerima kunjungan masyarakat, penyaluran delegasi masyarakat, promosi, diseminasi, dan edukasi publik. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Humas Setjen DPR RI memanfaatkan salah satu akun media sosialnya yakni @edukasiparlemen. Instagram @edukasiparlemen mempunyai followers yang didominasi oleh siswa/I SMA sederajat, mahasiswa/i serta civitas akademik yang mayoritas pernah mengunjungi lembaga DPR RI secara luring/offline maupun daring/online. Kredibilitas akun @edukasiparlemen cukup baik karena berhasil dibangun dengan cara melakukan interaksi langsung antara pengunjung yang juga followers instagram @edukasiparlemen dengan bagian Humas Setjen DPR RI melalui kunjungan secara luring/offline maupun daring/online.

Konten yang disajikan di instagram @edukasiparlemen sangat beragam mulai dari “Kenalan yuk!”, “SUNMORI”, “Tahukah Kamu?”, informasi recruitment magang, Hari Besar Nasional, dll. Kontennya dikemas dengan mengoptimalkan kecanggihan multimedia yang disediakan oleh aplikasi Instagram agar lebih menarik dan mudah dicerna.. Pengelolaan akun @edukasiparlemen selain dikelola oleh bagian Humas Setjen DPR RI, kegiatan ini dibantu oleh para mahasiswa magang dengan periode setahun empat kali masa penggantian. sehingga menambahkan kesan positif bahwa DPR RI melalui pelaksanaan tugas dan fungsi Humas Setjen DPR RI pada akun instagram @edukasiparlemen adalah lembaga yang hangat dan terbuka terhadap masyarakat. Berbeda dengan citra yang dibentuk media massa yang memberikan kesan bahwa lembaga tersebut seolah tidak terbuka dan tutup telinga dengan masyarakat.

Citra negatif yang terbentuk oleh media massa mengenai Lembaga DPR RI tidak tercermin ketika mengunjungi akun media sosial @edukasiparlemen

yang dikelola langsung oleh Humas Setjen DPR RI, konten yang disajikan dikemas dengan sangat efektif dengan mengusung sisi lain parlemen yang kaya akan edukasi, sehingga bagi yang menjadi followers atau telah menerima edukasi dari Humas Setjen DPR RI, citra positif-lah yang terbentuk. Berbeda dengan masyarakat umum yang belum pernah sama sekali mendapatkan edukasi dari Humas Setjen DPR RI, terutama yang hanya mendapatkan informasi kelembagaan DPR RI hanya melalui media massa, jadi pemanfaatan sosial media instagram @edukasiparlemen memberikan manfaat yang sangat banyak dalam mengoptimalkan tugas dan fungsi Humas Setjen DPR

REFERENSI

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, Center, Broom, G. M., & Sha, B. L. (2013). *Effective Public Relation*. Horlow: Pearson.
- Dina, F., & Simorangkir, J. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019*. *Journal Of Political Issues*. 3(1): 13-27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Fauzi, M.I& Yulianti, N (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Journal Riset Public Relation*, 1(2),148-155
- Hamdi, Asep Saepul, E. Bahrudin. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium) Instagram @edukasiparlemen, <https://www.instagram.com/edukasiparlemen/?hl=en>
- Liliweri, Alo (2014) *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips*. Wales: Andrew Macarthy
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Peraturan Sekjen DPR RI (2021) <https://www.dpr.go.id/jdih/peraturan-sekjen>, May, 29, 2023
- “Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada2023”. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> on April 10 2023.
- Sazali, H & Sukriah, A (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) oleh Humas SMAU CT

Foundation Sebagai Media Informasi dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. 10 No. 2 September 2021 : Hal 147-160

Shaleh, A & Furrie, W (2020), Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun

Instagram @ puskesmascilincing), Jurnal Lugas , 4(1), 9 – 16

Soetantri, I & Sukasah, T (2020). Praktik Kegiatan Humas Bnn Dalam Pemanfaatan Media Sosial, Jurnal Precious: Public Relation Journal, 1(1), 90-117

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Qadir, A. (2023) “Survei Terbaru LSI : Kepercayaan Publik Terhadap DPR dan Parpol Paling Rendah, TNI di Atas Angin”, Tribun,

<https://jakarta.tribunnews.com/2023/04/09/survei-terbaru-lsi-kepercayaan-publik-terhadap-dpr-dan-parpol-paling-rendah-tni-di-atas-angin> on April 19, 2023

PROFIL PENULIS

Fara Dilla Fairuz, M.I.Kom

Penulis bekerja dibidang pendidikan, kini merupakan dosen tetap salah satu Universitas swasta di Jakarta Selatan dan mengampu beberapa matakuliah dibidang Ilmu Komunikasi, konsentrasi *Public Relation* dan Jurnalistik.

Penulis pernah mengikuti pendidikan non-formal pelatihan fotografi dan mengajar sebagai

dosen fotografi di beberapa Universitas di Jakarta dan sekitarnya.

Selain dibidang pendidikan, Penulis pernah bekerja di Lembaga Pemerintahan, perusahaan swasta dan industri media kreatif.

Ummi Hanifah, S.Ag, M.Si

Penulis merupakan dosen tetap fakultas ilmu komunikasi universitas Tama Jagakarsa. Selain mengajar, penulis juga merupakan tutor di Universitas Terbuka untuk jurusan ilmu komunikasi, FHISIP. Dan pernah mengajar pada beberapa kampus di Jakarta dan Bogor

Titiek Surya Ningsih, M.Si

Penulis lahir di Padang pada bulan Oktober 1986. Penulis bekerja sebagai dosen di beberapa perguruan tinggi swasta di Jabodetabek. Diluar mengajar penulis pernah bekerja di Lembaga Penyiaran, dan beberapa perusahaan swasta. Penulis juga pernah menjadi Staf Ahli di KPID DKI Jakarta. Penulis konsen di bidang ilmu komunikasi khususnya *Public Relation* dan Periklanan