

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Pemanfaatan Akun Instagram @Bawasludkijakarta Dalam Menyebarkan Informasi Mengenai Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024

Muhammad Nanda Multazam^{*}, Prasetya Yoga Santoso, Yuni Retna Dewi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia
^{*}uhammadnandhamultazam@gmail.com

***Abstract** - This research is entitled "Utilization of the @bawasludkijakarta Instagram account in Disseminating Information Regarding the 2024 Indonesian Presidential Election". This research aims to examine how @bawasludkijakarta uses social media Instagram to disseminate news content about the 2024 Indonesian Presidential General Election. The obstacle often faced by DKI Jakarta Provincial Bawaslu is the platform used in disseminating the content. Rapid changes in the digital world have affected the habits of users, especially the younger generation, who are looking for social media with attractive features. In this case, the presence of Instagram as a popular platform among the younger generation is the main focus of @bawasludkijakarta in spreading their content. The use of Instagram which has advantages in conveying information through pictures and videos is expected to be able to answer the challenge of spreading positive news about the 2024 Indonesian presidential election to their main target, namely the younger generation. In addition, by maximizing the existing features on the @bawasludkijakarta Instagram account. Important concepts such as the New Media Concept and the 7C's Concept are used in this study with a Post Positivism paradigm approach. In-depth interview techniques (In-Depth Interview) were used to collect data.*

***Keywords:** Instagram; @bawasludkijakarta; Media Sosial; Presidential Election*

Abstrak - Pemilihan presiden 2024 atau pemilu menjadi ajang penting baik secara individu maupun institusi dalam berpartisipasi dan mencari informasi yang penting. Terlebih lembaga yang secara khusus ambil bagian seperti Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @bawasludkijakarta menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan konten berita tentang seputar Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024. Kendala yang sering dihadapi oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta adalah platform yang digunakan dalam penyebaran konten tersebut. Perubahan cepat di dunia digital telah mempengaruhi kebiasaan pengguna, terutama generasi muda, yang mencari media sosial dengan fitur-fitur menarik. Dalam hal ini, hadirnya Instagram sebagai platform populer di kalangan generasi muda menjadi fokus utama @bawasludkijakarta dalam menyebarkan konten mereka. Penggunaan Instagram yang memiliki kelebihan dalam penyampaian informasi melalui gambar dan video diharapkan dapat menjawab tantangan dalam menyebarkan berita positif tentang pemilihan umum presiden Indonesia 2024 kepada target utama mereka yaitu generasi muda. Selain itu, dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada pada akun Instagram @bawasludkijakarta. Konsep-konsep penting seperti Konsep New Media dan Konsep 7C's digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan paradigma Post Positivisme. Teknik wawancara mendalam (In- Depth Interview) digunakan untuk mengumpulkan data.

Kata Kunci: Instagram; @bawasludkijakarta; Media Sosial; Pemilihan Presiden

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Presiden di Indonesia merupakan peristiwa politik yang sangat penting dalam kehidupan demokrasi negara. Dalam rangka menjaga integritas dan memastikan jalannya pemilihan yang adil, Badan Pengawas Pemilu Daerah (Bawaslu) DKI Jakarta memiliki peran sebagai lembaga pengawasan. Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan terlibat dalam diskusi politik. Salah satu akun Instagram yang

menarik perhatian adalah akun resmi Badan Pengawas Pemilu Daerah (Bawaslu) Provinsi DKI Jakarta dengan username @bawasludkijakarta.

Dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial seperti Instagram telah mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi alat komunikasi utama bagi banyak orang. Pengguna aktif Instagram di Indonesia terus meningkat seiring dengan banyaknya relasi yang terhubung di internet yang semakin meluas. Hal ini memberikan peluang besar bagi institusi-institusi publik untuk menggunakan platform ini guna menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Akun Instagram @bawasludkijakarta adalah salah satu upaya Bawaslu DKI Jakarta dalam

pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat terkait Pemilihan umum presiden Indonesia 2024. Melalui akun ini, Bawaslu dapat melakukan pendekatan langsung dengan publik, memberikan penjelasan tentang tahapan-tahapan pemilihan, serta memberikan informasi terkini mengenai aturan dan regulasi yang berkaitan dengan Pilpres.

Pada era digital ini, masyarakat cenderung mencari informasi melalui media sosial. Melihat fenomena ini, Bawaslu DKI Jakarta meluncurkan akun Instagram @bawasludkijakarta sebagai bagian dari strategi komunikasi publik mereka. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024 dengan menyediakan akses mudah kepada informasi yang relevan dan akurat.

Dalam konteks pilihan politik seperti Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024, penggunaan media sosial dapat memainkan peranan penting dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran tentang proses pemilihan itu sendiri. Dengan kehadiran akun Instagram @bawasludkijakarta, diharapkan bahwa masyarakat akan lebih terinformasikan tentang tahapan-tahapan Pilpres serta memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai aturan-aturan yang berlaku.

Namun demikian, meskipun potensinya besar, penggunaan media sosial juga memiliki tantangan tersendiri. Informasi yang tidak valid atau hoaks dapat dengan mudah menyebar luas di platform tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap pemanfaatan akun Instagram @bawasludkijakarta dalam menyebarkan informasi secara objektif dan factual. Kehadiran teknologi Komunikasi dan Informasi serta berubahnya perilaku peralihan media konvensional beralih ke media sosial di Indonesia yang semakin lama semakin pesat perubahannya maka banyak pemanfaatan media sosial pada saat ini khususnya di Instagram saat ini adalah bentuk kemajuan dan perubahan tatanan pola kehidupan masyarakat di dunia khususnya pengguna internet dan media sosial saat ini menjadi bagian yang tidak asing lagi bagi masyarakat dengan kemajuan era globalisasi yang sangat cepat (Nasrullah, 2016).

Untuk membangun sebuah image di media sosial salah satu media komunikasi yang berkembang pesat dan mudah diakses oleh siapapun satu media komunikasi yang berkembang

pesat dan mudah di akses oleh siapapun dimanapun dan kapanpun oleh para pengguna nya, dalam hal ini, instagram pun pada saat ini pengguna pribadi banyak sekali memanfaatkannya untuk membuat konten dalam membangun eksistensi diri ataupun untuk interaksi sosial, dengan begitu sering berjalannya waktu dan zaman trend media sosial saat ini penggunaan instagram pun sangat luas tidak hanya untuk pengguna pribadi saja, tetapi juga banyak *start up*, baik perusahaan swasta, pelaku usaha sampai instansi pemerintahan dan bahkan presiden pun berlomba-lomba membangun sebuah image dan branding di jaja dunia media sosial Instagram. Pada saat ini hasil riset menunjukkan bahwa pengguna aktif instagram beragam macam mulai dari hal paling sering di cari adalah untuk mencari informasi sampai untuk mengisi luang, sehingga dapat di analisa bahwa pengguna instagram di masyarakat sangat berpengaruh besar untuk perubahan trend pada saat ini, dimana instansi pemerintahan pun sudah beralih menggunakan instagram untuk media new media di era digitalisasi karena sangat cepat dalam menysasar target sasaran untuk para pengguna nya adalah kalangan anak muda milenials.

Menurut ahli media sosial instagram Jefferly Helianthusonfri (Helianthusonfri, 2021) dalam bukunya Instagram Untuk Pemula (2021) mengatakan bahwa sejak 2019 awal-awal instagram sangat viral dikarenakan adalah popularitas instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia, mengutip dari survey We Are Social instagram adalah media sosial ke empat yang paling aktif di gunakan oleh pengguna internet di Indonesia, posisi tersebut di belakang Youtube, Whatsapp dan Facebook, dari uraian dari pernyataan di atas bahwa kendati demikian instagram adalah merupakan media sosial instagram juga sangat populer di kalangan milenial.

Jika target sasaran pasar nya adalah anak muda, maka wajib menggunakan instagram tentu nya. Terkait hal tersebut dari masa ke masa media sosial yang lama di dominasi oleh televisi, radio, koran dan media cetak lainnya di era teknologi platform media sosial seperti internet atau new media dalam mengembangkan bentuk media komunikasi yang serba digital. Media sosial Bawaslu Provinsi DKI Jakarta berupa instagram merupakan media yang digunakan saat ini dalam kemampuan yang efektif memberikan informasi yang bermanfaat di media sosial. Media sosial tersebut memiliki konten terkait dengan hal hal informasi tentang kegiatan kinerja dan kegiatan program Bawaslu Provinsi DKI Jakarta baik sebelum dan sesudah dilaksanakan, sehingga masyarakat bisa mengakses dan mengetahui lebih jauh dalam mengetahui isi dari kegiatan Bawaslu Provinsi DKI Jakarta yang sedang berlangsung serta informasi mengenai kegiatan, sosialisasi dan juga peran Bawaslu Provinsi DKI Jakarta di masyarakat secara menyeluruh dengan jangkauan seluas-luasnya terutama bagi kalangan milenials di era kalangan globalisasi dan era digitalisasi 4.0 dengan mempublikasi nya kepada masyarakat luas.

Seiring berkembangnya zaman perubahan cepat terjadi diberbagai bidang kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam bidang informasi dan teknologi. perubahan cepat terjadi dimulai pada awal 2000-an dan masih bisa dirasakan hingga saat ini. Terbukti telah hadir berbagai jenis media sosial yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Era yang sudah terbuka membuat siapa saja dapat mengakses informasi dengan cepat dan bisa disesuaikan dengan keinginan masing-masing individu.

Media sosial itu kumpulan aplikasi dengan basis internet yang pembangunannya berdasarkan ide dan teknologi web 2.0, serta adanya kemungkinan pembuatan dan pertukaran antara user-generated content. Sedangkan Hanson menyebutnya social media atau lebih dikenal dengan media sosial adalah media yang diciptakan bagi kemudahan hubungan sosial masyarakat dua arah. Teknologi internet merupakan basis media sosial yang cara kerjanya melalui pengubahan model sebaran suatu informasi baik dari satu ke banyak sasaran dan juga dari banyak sasaran ke banyak sasaran (Budiman, Arif, E., & Roem, 2019).

Perkembangan teknologi dan informasi yang cepat di dunia membuat Indonesia juga mendapatkan dampaknya. Sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak didunia, Indonesia juga dikenal sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak. Diperkirakan angka tersebut akan bertambah seiring dengan pemerataan pembangunan sarana informasi dan teknologi di daerah terpencil. Apabila dilihat dari dua sisi, penggunaan media sosial di Indonesia memiliki dampak positif dan negatif. Ibarat penggunaan sebuah pisau, media sosial bisa dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi maupun umum atau bisa juga dimanfaatkan untuk melakukan perilaku tidak terpuji.

Kehadiran media sosial dalam pemasaran era digital bisa dilihat dari dua sisi, yakni sisi pengiklan dan sisi pengguna media sosial. Dari sisi pengiklan, media sosial memberikan tawaran dengan konten yang beragam. Iklan tidak hanya bisa diproduksi dalam bentuk teks, tetapi juga audio, visual, sampai audio visual. Produksi iklan dan pemanfaatan media sosial juga cenderung membutuhkan biaya yang lebih murah. Tidak hanya itu, target terhadap calon konsumen juga bisa ditentukan berdasarkan prosedur dari perangkat yang ada di media sosial (Gumilar, 2015).

Dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat dan didukung oleh kemajuan teknologi, media sosial saat ini sudah memiliki banyak jenis yang bisa digunakan sesuai dengan kebutuhannya. Berbagai media sosial yang ditawarkan oleh masing-masing penyedia jasa internet dan aplikasi membuat setiap masyarakat bebas memutuskan mengenai media sosial mana yang akan digunakan dalam berkomunikasi tergantung pada kebutuhan serta keperluan masing-masing. Para pengguna laman sosial dapat dengan leluasa untuk berinteraksi, mengekspresikan diri serta membangun identitas. Mulai dari facebook dan twitter yang bisa menjangkau atau menjalin komunikasi dengan orang yang sudah lama tidak ditemui, sampai platform yang menyajikan fitur berbagi video seperti Youtube dan Instagram. Salah satu media sosial yang saat ini sedang digandrungi oleh kalangan masyarakat Indonesia adalah Instagram.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia, memiliki peran yang semakin signifikan dalam menyediakan dan menyebarkan informasi politik. Banyak pengguna aktif Instagram yang mencari berita dan konten politik melalui akun-akun yang mereka ikuti. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi sumber informasi yang penting dalam mengedukasi, terutama di kalangan generasi muda.

Selain sebagai sumber informasi, Instagram juga digunakan secara luas sebagai alat penyebaran pesan politik. Partai politik, kandidat, kelompok pendukung, dan entitas politik lainnya menggunakan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan visi, program, dan pandangan politik mereka kepada masyarakat. Mereka memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti posting gambar, video, cerita singkat (stories), dan fitur interaktif lainnya untuk berinteraksi langsung dengan pemilih potensial.

Jangkauan luas, Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer dan memiliki jangkauan yang luas di Indonesia. Dengan memanfaatkan akun Instagram @bawasludkijakarta, informasi mengenai Pilpres 2024 dapat dengan mudah menjangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi milenial dan Z yang cenderung aktif di platform ini.

Visualisasi yang menarik, Instagram merupakan platform berbasis gambar dan video yang memungkinkan penyampaian informasi secara visual. Dalam konteks Pilpres, visualisasi yang menarik dapat membantu menarik perhatian masyarakat dan membuat informasi lebih mudah dicerna dan diingat.

Interaksi langsung dengan pengguna, Instagram memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan akun yang diikuti melalui komentar, pesan langsung, dan fitur interaktif lainnya. Dengan memanfaatkan akun @bawasludkijakarta, masyarakat dapat berpartisipasi aktif,

memberikan tanggapan, dan bertanya langsung terkait informasi mengenai Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024.

Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) memiliki peran penting dalam menjaga integritas dan transparansi pemilihan umum. Bawaslu bertanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan pemilihan dan mengatasi pelanggaran yang terjadi selama proses menuju pemilihan umum presiden Indonesia 2024.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat dan pertumbuhan penduduk di Indonesia khususnya di bidang era globalisasi dan juga serba digitalisasi, manusia era peradaban sekarang diharuskan selalu mengalami peng-upgradean dalam sadar media sosial terutama jika saat ini pekerjaan di bidang humas atau public relation. Pasti harus terus melakukan inovasi dalam media sosial khususnya harus selalu melakukan pembelajaran image atau citra di dalam media sosial khususnya di era sekarang banyak orang menggunakan aplikasi seperti instagram, sehingga Humas pun harus pintar dan jeli melihat trend apa yang sedang di minati oleh Masyarakat. Dalam hal ini komunikasi pada hakikatnya adalah suatu proses penyampaian atau gagasan pikiran dari komunikator ke komunikan, tentunya kalangan masyarakat pun komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam pencapaian suatu kesuksesan dan juga bersosialisasi dengan baik dan luas di masyarakat terutama dalam berkomunikasi yang baik dan juga benar maka dari itu komunikasi adalah sebuah elemen penting suatu proses bersosialisasi dan juga membangun sebuah citra positif di mata masyarakat baik berkomunikasi antar dua orang ataupun komunikasi dengan sakala luas dengan berkomunikasi pun orang pun dapat mengetahui apa yang akan kita pikirkan dan apa yang ingin kita sampaikan sebaliknya juga akan mengalami hal tersebut dapat memenuhi apa yang ingin di ketahui baik secara pribadi maupun public sehingga terjalin komunikasi antar dua arah yang saling simbiosis mutualisme.

Berkaitan dengan sebuah image dan citra yang baik harus dimulai dengan berkomunikasi dengan secara baik dan intens, baik untuk khalayak sedikit maupun luas dan menjangkau jauh, tentunya komunikasi di suatu kementerian ataupun pemerintahan memiliki peran yang penting dari aktifitas kementerian tersebut, kementerian ataupun pemerintahan tentunya membutuhkan suatu wadah atau media untuk menyampaikan informasi secara internal maupun eksternal agar setiap informasi yang memiliki maksud, tujuan ataupun image baik dapat disampaikan di media tersebut.

Dalam era digital dan media sosial, Bawaslu juga harus memperhatikan penyebaran informasi palsu dan upaya manipulasi politik yang dapat mempengaruhi keadilan pemilihan. Oleh karena itu, Bawaslu perlu memantau dan mengawasi penggunaan Instagram sebagai alat penyebaran informasi yang dapat melanggar ketentuan atau merugikan proses berjalannya Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024.

Kehadiran media sosial dalam pemasaran era digital bisa dilihat dari dua sisi, yakni sisi pengiklan dan sisi pengguna media sosial. Dari sisi pengiklan, media sosial memberikan tawaran dengan konten yang beragam. Iklan tidak hanya bisa diproduksi dalam bentuk teks, tetapi juga audio, visual, sampai audio visual. Produksi iklan dan pemanfaatan media sosial juga cenderung membutuhkan biaya yang lebih murah. Tidak hanya itu, target terhadap calon konsumen juga bisa ditentukan berdasarkan prosedur dari perangkat yang ada di media sosial (Gumilar, 2015)

Teori yang dipakai untuk memperkuat penelitian ini adalah Teori New Media dan CMC (*computer mediated communication*). New Media (media baru) sendiri adalah jenis media online yang didasarkan pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK). New Media memiliki ciri-ciri fleksibilitas serta sifat interaktifnya yang tinggi. Ia memberi kesempatan kepada pengguna untuk aktif berpartisipasi dalam menciptakan konten serta menjalin koneksi baik secara publik maupun privat melalui internet (Yazid, 2015). Media adalah istilah yang mengacu pada alat komunikasi utama, seperti televisi dan surat kabar. Media baru adalah jenis media yang

menggunakan teknologi digital, seperti internet dan media sosial. Media baru berbeda dengan media lama, yang menggunakan format media konvensional, seperti majalah, radio, dan televisi.

Yang kedua ialah Komunikasi melalui komputer terjadi antara individu yang menggunakan atau melalui komputer. Herring, dikutip oleh Budiargo, 2015. Setiap orang yang menggunakan pola CMC pasti memiliki alasan unik untuk menggunakannya, mungkin karena mereka ingin membangun hubungan sosial atau mungkin karena mereka ingin mengurangi keterlibatan mereka dengan orang lain (Arnus, 2015). Pola komunikasi CMC berkembang seiring dengan kemajuan internet. Namun, ada dampak positif dan negatif dari pola CMC. Yang paling umum diketahui adalah bahwa CMC membantu seseorang berkomunikasi melalui teknologi tepat guna berbasis komputer dan aplikasi tanpa harus bertemu secara tatap muka dan memberikan pola yang membantu seseorang tetap berinteraksi secara intens walau berada di jarak yang jauh. Namun, ada juga dampak negatif dari pola CMC.

Dan yang ketiga untuk mencapai tujuan yang paling umum diketahui adalah bahwa CMC membantu seseorang berkomunikasi melalui teknologi tepat guna berbasis komputer dan aplikasi tanpa harus bertemu secara tatap muka dan memberikan pola yang membantu seseorang tetap berinteraksi secara intens walau berada di jarak yang jauh. Namun, ada juga dampak negatif dari pola CMC. Kondisi *cues filtered* juga dihasilkan oleh CMC.

Konsep yang dipakai adalah 7C'S. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, dalam komunikasi Public Relations ada 7 faktor penting yang disebut sebagai "The seven C's of Communication" (Bajri, 2019) dan (Afizha & Kholik, 2021), yaitu: (1) Credibility. Komunikasi harus diawali dari sikap saling percaya yang ditimbulkan dari adanya informasi yang sesuai yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan. Dengan adanya keterbukaan dalam menyampaikan informasi, maka public akan percaya kepada sumber informasi tersebut. (2) Context. Apabila suatu pihak ingin mengangkat atau mempublikasikan isu sosial, penting untuk menyampaikan pesan secara jelas dan transparan agar sesuai dengan konteks yang ada. Komunikasi efektif menjadi hal yang sangat dibutuhkan agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kegelisahan di tengah masyarakat. (3) Content. Pesan memiliki peran penting dalam memengaruhi cara berpikir individu maupun kelompok. Oleh karena itu, penting bagi pesan untuk disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat kepada penerima pesan. (4) Clarity. Pesan harus disampaikan dengan menggunakan tutur kata yang jelas dan dapat dipahami dengan mudah. Adanya penggunaan kata-kata yang tidak pantas dapat berdampak pada pemahaman salah satu pihak, baik sebagai komunikan maupun sebagai komunikator, sehingga pesan tidak dapat tersampaikan secara efektif. (5) Continuity & consistency.

Komunikasi merupakan suatu proses yang tak pernah berhenti karena terus dilakukan secara berulang-ulang. Pola interaksi yang berulang memberikan variasi isi pesan yang dapat memengaruhi komunikan dengan lebih mudah. (6) Channel. Pemilihan saluran atau media komunikasi memegang peranan penting dalam keberhasilan penyampaian pesan. Perbedaan latar belakang khalayak merupakan faktor yang harus dipertimbangkan dengan serius saat menentukan media mana yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar komunikasi dapat berjalan secara efektif. (7) Capability Of The Audiences. Sebelum menyampaikan informasi, penting bagi komunikator untuk memahami kapasitas dan kemampuan audiens yang menjadi target. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, komunikator dapat menentukan jenis informasi yang tepat untuk disampaikan. Penyusunan konten berdasarkan audiens yang telah ditetapkan akan memastikan efektivitas dan ketepatan dalam penyebaran informasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @bawasludkijakarta menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan konten berita tentang seputar Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian yaitu paradigma postpositivisme adalah salah satu yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2017) dan (Creswell & Poth, 2018), Paradigma ini menekankan pada pemahaman ilmiah yang objektif, berfokus pada pengamatan empiris, pengukuran, dan penalaran rasional. Paradigma post positivisme menyoroti bahwa pengetahuan ilmiah adalah hasil dari interaksi kompleks antara subjek penelitian, peneliti, dan konteks sosial. Pendekatan ini memperluas pemahaman kita tentang bagaimana pengetahuan dibentuk dan membuka ruang untuk pengakuan terhadap kompleksitas dan diversitas dalam memahami fenomena manusia dan sosial.

Melalui metode deskriptif ini peneliti juga akan menggali pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh akun Bawaslu DKI Jakarta dalam menyebarkan informasi melalui akun Instagram kepada audiensnya.

Dan pada penelitian ini penulis menggunakan Triangulasi sumber data dengan tujuan untuk

mencari kebenaran informasi tertentu dengan menerapkan berbagai sumber data lainnya seperti dokumen, arsip pribadi, hasil wawancara, hasil observasi dan juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek ataupun informan yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda-beda. Teknik ini diperlukan untuk menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan serta melihat kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu teori dan informan. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan triangulasi data sebagai pemeriksaan terhadap sumber lainnya dengan membandingkan hasil pengamatan dan hasil wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini membahas Bagaimana Pemanfaatan Akun Instagram @bawasludkijakarta Dalam Menyebarkan Informasi Mengenai Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024. Terkait dengan Seven's cs, dalam konsep yang digunakan untuk mengulas strategi Marketing Public Relations mengacu pada konsep Seven's Cs milik (Broom & Sha, 2013, p. 332) yang terdiri dari *credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, dan capability of the audience*.

Langkah pertama, terkait dengan *credibility* (kredibilitas) Bawaslu Provinsi DKI Jakarta harus mencari cara agar platformnya dapat memiliki kredibilitas sehingga dapat dijadikan referensi pencarian berita oleh masyarakat umum. Tidak mudah bagi media yang dapat dipercaya untuk selalu menjadi referensi acuan bagi masyarakat ditengah masih diminatinya media mainstream. Bawaslu Provinsi DKI Jakarta berusaha menumbuhkan kredibilitas ditengah masyarakat dengan selalu memberikan konten yang bermutu. Mereka percaya bahwa dalam menyebarkan informasi dan untuk menghadirkan komunikasi yang baik diperlukan komunikator yang memiliki kredibilitas. maka Bawaslu Provinsi DKI Jakarta terus berusaha untuk membuat masyarakat semakin percaya terhadap akun tersebut. salah satu cara yang dilakukan dengan membuat struktur yang sudah terorganisir yang akan membuat masing-masing orang mengerjakan sesuatu yang sesuai dengan bidangnya. Diharapkan dengan adanya structural yang sudah ditentukan, maka kredibilitas dapat terus ditingkatkan. Dalam memberikan informasi kepada audiensnya, Bawaslu Provinsi DKI Jakarta telah terlebih dahulu melakukan seleksi mengenai berita yang akan disebarluaskan. Pada website mereka, terdapat kesempatan kepada para pembaca untuk ikut memberikan materi berita yang akan ditayangkan. Sebelum ikut serta dalam berkontribusi, para calon penulis harus memenuhi persyaratan agar berita yang akan ditayangkan bisa dipertanggung jawabkan.

Langkah kedua, terkait *context*. Konteks komunikasi yang disampaikan selain memperhatikan kejelasan dalam menyampaikan pesan, memperhatikan konteks yang berkaitan juga diperlukan agar membuat pesan tersebut bisa tersampaikan dengan baik dan mudah untuk diterima. Pembawaan berita harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung jalannya komunikasi yang efektif. Konteks diperlukan untuk mengundang partisipasi dan umpan balik dari komunikan. menekankan penyebarluasan informasi melalui platform mereka harus sesuai dengan konteksnya yaitu memberikan kabar baik mengenai Indonesia yang akan berdampak kepada optimisme anak bangsa. Dengan demikian dibutuhkan ketelitian dalam melakukan rancangan konten yang akan diunggah. Tim Humas media sosial Bawaslu Provinsi DKI Jakarta tetap melihat mengenai informasi yang sekiranya sedang trending. Adapun berita tersebut ternyata tidak menggambarkan berita baik mengenai Indonesia dan tidak sesuai dengan konteks yang telah ditentukan, mereka tetap mengambil subjek yang ramai dibicarakan tetapi dengan membahas sisi lain dari subjek tersebut. Penulis berkesimpulan bahwa cara yang telah dilakukan dengan Bawaslu Provinsi DKI Jakarta sudah cukup baik. Mereka mengambil gambar dan video dari para jurnalis dan sumber terpercaya. Penggunaan gambar dan video yang baik dan sesuai dengan kebutuhan akan membuat unggahan yang mereka sebarluaskan diingat baik oleh para pengikutnya.

Langkah ketiga, *content*. Pesan komunikasi yang disampaikan Konten yang disebarluaskan oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta dikhususkan mengenai penyebaran informasi baik mengenai Indonesia. Dalam kesehariannya, konten tersebut dapat berupa banyak kategori yaitu mengenai Informasi Pemilihan umum presiden Indonesia, edukasi mengenai pemilu, tahap tahap pemilu, kegiatan internal dan eksternal dibawaslu. Kategori tersebut diberikan secara berkala dengan memperhatikan momentum yang sedang berlangsung. Mereka berusaha untuk selalu menyebarkan pesan yang jarang diangkat oleh media umum lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk menjadi pembeda dari yang lain. Beberapa konten yang diunggah juga tidak selamanya berita berbobot, tetapi terkadang diselipkan berita ringan seperti funfact, podcast dan media seperti foto kegiatan yang jarang diketahui masyarakat.

Langkah keempat, *clarity*. Pesan yang disebarluaskan harus dikemas sesederhana mungkin. Pesan tersebut harus bisa bermakna sama seperti apa yang ada dalam pikiran komunikator dan komunikan. Inti komunikasi yaitu Ketika pesan yang diberikan dapat dengan mudah diterima oleh komunikan. Isu yang ingin disampaikan mengenai topik dan tema tertentu harus dipadatkan dan mengandung kejelasan. Kejelasan pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi anggapan masyarakat mengenai keberadaan suatu pihak. Semakin jelas pesan yang disampaikan, maka masyarakat akan mengerti mengenai maksud dan tujuan isi pesan yang disampaikan tersebut. tingkat kejelasan pesan yang disampaikan akan mengukur konsistensi mengenai apa yang selama ini sudah disebarluaskan.

Pesan yang ingin disampaikan oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta sudah sangat jelas dan terarah. Mereka menginginkan penyebarluasan berita baik mengenai Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024, bahwa saat ini untuk mendapatkan banyak informasi mengenai Pemilihan umum presiden Indonesia sudah mudah dan hanya perlu melihat unggahan Bawaslu Provinsi DKI Jakarta. Platform Instagram yang saat ini cenderung banyak digunakan oleh generasi muda memang memiliki tampilan unik yang berfokus pada unggahan gambar. Bawaslu DKI Jakarta melihat hal tersebut sebagai peluang untuk menarik minat lebih dari kalangan muda. Mereka berusaha membuat konten melalui gambar dengan pesan yang sudah memiliki kejelasan dan tidak perlu banyak tambahan tulisan. Konten yang diunggah oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta cukup membuat salah satu pengikutnya semakin tertarik. Sebagai salah satu nya bahwa Bawasli DKI Jakarta sudah memberikan kejelasan pesan yang ingin disampaikan dengan terus menghadirkan informasi terkini dan dikemas.

Langkah kelima, *continuity and consistency*. Keberlanjutan sangat berkaitan dengan konsistensi yang akan berpengaruh terhadap citra. Keberlanjutan dilakukan guna mengukur seberapa besar konsistensi suatu pihak dalam mempertahankan masyarakat agar informasi pesan tersampaikan dengan baik. Apabila suatu pihak tidak bisa menjaga keberlanjutan dan konsistensinya maka mereka berpeluang dilupakan para pengikutnya. Berdasarkan observasi peneliti dan pemaparan yang disampaikan oleh pihak Bawaslu DKI Jakarta mengenai keberlanjutan dan konsistensi, peneliti berkesimpulan bahwa Bawaslu DKI Jakarta sudah berusaha untuk menjadi platform yang konsisten dalam mempertahankan idealisme mereka melalui sebaran konten berita baik mengenai Informasi seputar tahap tahap Pemilihan umum presiden Indonesia. Selain itu, mereka melakukan keberlanjutan sampai kepada hal kecil seperti tema konten apa yang ingin disebar dan mengenai jadwal jam untuk mengunggah konten tersebut. walaupun pada praktiknya, masih terdapat hambatan yang disebabkan oleh keadaan tertentu.

Langkah keenam, *channel*. Seiring berjalannya waktu dengan semakin berkembangnya teknologi, platform media sosial yang dikategorikan sebagai media baru mulai menjadi bernilai bagi masyarakat. penyebaran informasi yang cepat dan bisa disesuaikan dengan kehendak pengguna merupakan salah satu kelebihan dari adanya media sosial. Menyadari bahwa terdapat pergeseran kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat, bergerak cepat dalam membuat saluran baru yang dipercaya sebagai media yang bisa membuat proses penyampaian pesan berjalan efektif. Media sosial pertama Bawaslu Provinsi DKI Jakarta yaitu twitter yang sudah dikenal banyak orang bahkan menarik minat beberapa tokoh untuk mengikuti akun tersebut. Kehadiran media sosial Instagram sempat menggeser dominasi platform media sosial lainnya karena dianggap banyak menyediakan fitur yang lebih lengkap dibandingkan platform lainnya. Pada tahun 2017 Bawaslu Provinsi DKI Jakarta membuat platform Instagram dengan tujuan untuk memperluas target pembaca yaitu menasar pada generasi muda.

Dan yang terakhir. Langkah ketujuh, *Capability of the audience*. Kemampuan audiens dalam hal ini para pengikut harus dijadikan prioritas utama. Jangan sampai pesan yang sudah kita rencanakan sebelumnya tidak tersampaikan dengan baik hanya karena ketidakmampuan para audiens dalam menerima pesan tersebut. Oleh karena itu diperlukan analisa mengenai audiens yang akan diberikan informasi atau berita. Berdasarkan data yang sudah disampaikan oleh Dwina Henti bahwa para pengikut dari Bawaslu DKI Jakarta didominasi oleh kalangan anak muda. Disini Bawaslu DKI Jakarta sudah dapat menilai dan menganalisa mengenai hal-hal yang bisa diterima oleh generasi muda. Informasi yang diberikan oleh Bawaslu DKI Jakarta dibalut dengan tampilan menarik yang akan menambah kesan kreatif dan kekinian. Unggahan konten dibuat dengan kesan sederhana tetapi dengan memperhatikan unsur-unsur yang menggambarkan identitas Berita di Instagram Bawaslu DKI Jakarta. Kesederhanaan itu yang membuat konten Bawaslu DKI Jakarta terlihat elegan, menarik dan tidak terlalu mencolok. Pemilihan caption yang sesuai dengan konteks berita membuat unggahan yang diberikan terlihat menarik karena tanpa menggunakan banyak penggunaan kata.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti berkesimpulan sebagai berikut: Pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta yaitu untuk menyebarkan berita baik mengenai tahap tahap pemilihan umum presiden Indonesia dan transparansi serta diketahui dengan mudah oleh masyarakat dan edukasi mengenai pilpres pun sangat baik. Dalam media sosial ini terletak pada kontennya, media sosial yaitu karena konten tersebut memenuhi aspek kejelasan dan menarik serta konsep channel yang memiliki kekuatan karena pesan-pesan yang disampaikan dengan menggunakan sebagian besar

platform seperti facebook, twitter, youtube, instagram dan website. Namun demikian aspek pada pesan, konten perlu dimonitoring oleh Bawaslu Provinsi DKI Jakarta untuk menjaga penggunaan konten-konten baru yang diolah sumber sumber lain diluar Bawaslu Provinsi DKI Jakarta untuk kepentingan mereka. Semua unggahan yang telah dihasilkan melalui proses Panjang dengan melibatkan orang yang ahli di masing-masing bidang. Dengan melihat pasar Instagram yang besar, saat ini platform tersebut masih menjadi andalan mereka untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya.

Jika dilihat dari sudut pandang penggunaanya, kehadiran media sosial Instagram cukup mewakili karakteristik dari New Media. Platform penyebaran informasi yang cepat dan memiliki ciri khasnya sendiri diharapkan mampu menjadi perantara penyampai pesan antara Bawaslu Provinsi DKI Jakarta dengan audiens utama mereka yaitu generasi muda. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti secara online dengan memperhatikan tampilan feeds Instagram Bawaslu Provinsi DKI Jakarta, setidaknya terdapat Tujuh karakteristik media baru yang melekat dalam akun tersebut yaitu interaktivitas, kehadiran sosial, kekayaan media, otonomi, unsur bermain-main, privasi, dan personalisasi.

Dalam menyebarkan informasi baik mengenai Indonesia dengan membahas berbagai topik yang ada, konten berbau sejarah dan budaya Indonesia menjadi salah satu yang paling digemari. Keberhasilan Bawaslu Provinsi DKI Jakarta dalam mengemas konten tersebut dan terlihat menjadi menarik adalah dengan memperhatikan beberapa unsur yang terkait dalam Teori 7C's Public Relations.

DAFTAR PUSTAKA

- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan Komunikasi Efektif 7C Dalam Pelayanan Informasi Publik Oleh. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(3), 111–125.
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
- Bajri, R. A. D. (2019). Tujuh 'C' Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.349>
- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 34–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* ((4th Editi). California: Sage Publishing.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>
- Helianthusonfri, J. (2021). *Instagram Untuk Pemula*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yazid, T. P. (2015). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160–173. <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3345>