

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG PERAN DAN FUNGSI DPD RI

Adhi Nugroho<sup>1</sup>, Mediana Handayani<sup>2</sup>, Novita Damayanti<sup>3</sup>

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia  
Email korespondensi: adhi.prahumdmpd@gmail.com

### Abstract

*Indonesia's internet penetration at the end of March 2021 was 76.8 (seventy-six point eight) percent of the total population worldwide. Seeing an opportunity to get closer to the public through the internet, as a state institution, the Secretariat General of the Regional Representative Council of the Republic of Indonesia (DPD) RI, which was established on October 1, 2004, also uses social media Instagram, Twitter and Facebook with the account name "DPD RI" which is used as a means of delivering work results and two-way communication, especially in an effort to increase public awareness about the role and function of DPD RI. By using descriptive qualitative methods, it was found that it can be concluded that DPD RI Public Relations often utilizes social media which begins with setting goals based on the activities to be carried out. The purpose of social media management is to determine the goals and content and determine what social media is used to share information to be shared on social media. Furthermore, the determination of the processing of content to be shared for each post on social media by collecting data for the needs of each social media. Predefined planning for managing social media. The implementation of social media management carried out by DPD RI includes social media content planning, social media content determination, social media targeting, uploading messages in accordance with predetermined content, monitoring the course of social media. Interact with the community to answer comments or incoming messages, and conduct evaluations.*

**Keywords:** Role, Social Media, DPD RI, Public Awareness, Function

### Abstrak

Penetrasi internet Indonesia pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 (tujuh puluh enam koma delapan) persen dari total populasi di seluruh dunia. Melihat peluang untuk semakin dekat dengan publiknya melalui internet, sebagai lembaga negara, Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD) RI yang berdiri sejak 1 Oktober 2004, turut menggunakan media sosial instagram, twitter dan facebook dengan nama akun "DPD RI" yang digunakan sebagai sarana penyampaian hasil kerja dan komunikasi dua arah, terutama dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran dan fungsi DPD RI. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif ditemukan bahwa dapat disimpulkan bahwa Humas DPD RI kerap melakukan pemanfaatan media sosial yang diawali dengan penetapan tujuan berdasarkan kegiatan yang akan dilakukan. Tujuan diadakannya pengelolaan media sosial ini menentukan sasaran dan konten dan penentuan media sosial apa yang digunakan untuk membagikan informasi yang akan dibagikan di media sosial. Selanjutnya penentuan pengolahan konten-konten yang akan dibagikan untuk setiap postingan di media sosial dengan melakukan pengumpulan data untuk kebutuhan masing-masing dari media sosial. perencanaan yang telah ditetapkan untuk mengelola media sosial. Pelaksanaan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh DPD RI mencakup perencanaan konten media sosial, penentuan konten media sosial, Penentuan sasaran media sosial, mengunggah pesan sesuai dengan konten yang telah ditetapkan, proses pemantauan jalannya media sosial. melakukan interaksi dengan masyarakat untuk menjawab komentar atau pesan yang masuk, serta melakukan evaluasi.

**Kata Kunci:** Peranan, Media Sosial, DPD RI, Kesadaran Masyarakat, Fungsi

## PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, manusia berkomunikasi dengan orang lain. Makna sederhana komunikasi adalah kegiatan menyampaikan pesan dan menerima pesan yang dapat dilakukan dengan tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi, sehingga memungkinkan proses berkomunikasi dengan perbedaan ruang dan jarak yang jauh.

Teknologi pada tahun 2021 berkembang pesat dengan berbagai penerapan di kehidupan manusia, termasuk penerapannya pada media komunikasi. Teknologi pada komunikasi melalui media sosial seperti Instagram membuat setiap orang dapat terhubung dengan orang lain dan berbagai pihak seperti instansi negara yang biasanya selalu dibatasi oleh birokrasi dengan mekanisme yang tidak sederhana.

Penerapan teknologi komunikasi ditengah di era digital berdampak pada bentuk komunikasi secara elektronik. Internet merupakan salah satu penunjang bagi penerapan komunikasi yang lebih luas dalam konteks penggunaan media sosial. Menyampaikan informasi secara luas dan serentak melalui media sosial menjadi salah satu cara efektif dalam komunikasi, karena bisa diakses kapan saja dan dimana saja. Hal inilah yang membuatnya semakin diminati oleh para penggunanya.

Penetrasi internet Indonesia pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 (tujuh puluh enam koma delapan) persen dari total populasi di seluruh dunia. Menurut data Internetworldstats, pengguna internet di tanah air mencapai 212,35 (dua ratus dua belas koma

tiga puluh lima) juta jiwa dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta (dua ratus tujuh puluh enam koma tiga) juta jiwa. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada di urutan ke-15 (lima belas) di antara negara-negara Asia. Posisi Indonesia berada di bawah Kazakhstan dan di atas Vietnam. Posisi Indonesia tersebut berada di atas rata-rata penetrasi Asia sebesar 63,9 (enam puluh tiga koma sembilan) % dari populasi 4,3 (empat koma tiga) miliar jiwa dan juga di atas rata-rata dunia sebesar 65,7 (enam puluh lima koma tujuh) persen dari estimasi total populasi 7,86 (tujuh koma delapan puluh enam) miliar jiwa (Kusnandar, 2021).

Sementara berdasarkan data dari Kompas.com, pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 (dua ratus dua koma enam) juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 (lima belas koma lima) persen atau 27 (dua puluh tujuh) juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 (dua ratus tujuh puluh empat koma sembilan) juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 (tujuh puluh tiga koma tujuh) persen (Kompas.com, 2021).

Laman tersebut melaporkan bahwa pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun diketahui memiliki beberapa perangkat elektronik berbeda, termasuk telepon genggam (baik smartphone maupun non-smartphone), laptop/PC, tablet, smartwatch, dan sebagainya. Dari berbagai jenis perangkat tersebut, smartphone menjadi perangkat yang paling populer. Pengguna internet Indonesia (usia 16 hingga 64 tahun) yang memiliki telepon genggam adalah

98,3 (sembilan puluh delapan koma tiga) persen. Telepon genggam juga tampil menjadi perangkat favorit pengguna internet untuk mengakses internet. Tercatat ada 96,4 (sembilan puluh enam koma empat) persen atau 195,3 (seratus sembilan puluh lima koma tiga) juta orang Indonesia yang mengakses di internet melalui ponsel genggamnya.

Melihat peluang untuk semakin dekat dengan publiknya melalui internet, sebagai lembaga negara, Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD) RI yang berdiri sejak 1 Oktober 2004, turut menggunakan media sosial Instagram, Twitter dan Facebook dengan nama akun "DPD RI" sebagai sarana penyampaian hasil kerja dan komunikasi dua arah, terutama dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran dan fungsi DPD RI. Namun dalam penelitian ini akan difokuskan pada penggunaan media sosial Instagram.

DPD yang berkantor di Senayan Jakarta, saat ini memiliki 34 kantor perwakilan daerah yang tersebar pada 34 Provinsi di Indonesia, tiap provinsi memiliki 1 kantor perwakilan daerah sebagai bentuk dukungan kepada Anggota DPD RI di daerah pemilihannya. Fungsi kantor daerah juga sebagai upaya dalam memudahkan masyarakat yang ingin berkomunikasi secara langsung dengan DPD, misalnya dalam menyampaikan aspirasi secara langsung. Sekretariat Jenderal DPD menjalankan fungsi sebagai supporting system bagi kinerja Anggota DPD, yang masa jabatan tiap periodenya selama 5 tahun. Secara berkala jabatan Anggota DPD

akan berganti, dengan mekanisme pergantian yang bersamaan dengan pelaksanaan Pemilihan Umum pada pemilihan Presiden, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR) RI, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD).

Sehubungan dengan itu, Anggota DPD pada setiap provinsi terdiri atas 4 (empat) orang, dengan jumlah provinsi di Indonesia yang saat ini berjumlah 34 Provinsi, secara keseluruhan jumlah Anggota DPD pada periode masa jabatan 2019-2024 berjumlah 136 orang. DPD yang mewakili daerah memiliki tugas, fungsi dan wewenang diantaranya untuk mengajukan usul rancangan undang-undang (RUU) kepada DPR.

Anggota DPD juga dapat memberikan pertimbangan pada calon Anggota BPK yang akan dipilih oleh DPR. Fungsi pertimbangan DPD secara serta merta dilakukan kepada RUU yang berkaitan dengan anggaran pendapatan dan belanja negara, pajak, pendidikan dan agama (DPD RI, 2021).

Pelaksanaan tiap Undang-undang yang ada di Indonesia juga diawasi pelaksanaannya oleh DPD, yang terklasifikasi menjadi pelaksanaan undang-undang mengenai otonomi daerah, pembentukan, pemekaran dan penggabungan daerah, hubungan pusat dan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, pelaksanaan anggaran pendapatan dan belanja negara, pajak, pendidikan, dan agama serta menyampaikan hasil pengawasannya itu kepada DPR sebagai bahan pertimbangan untuk ditindaklanjuti.

Anggota DPD hadir sebagai representasi dari daerah, aspirasi dari daerah yang diterima akan ditindaklanjuti di pusat, dengan

pembahasan pada rapat kerja serta dan meneruskannya ke pemerintah pusat yang dalam hal ini adalah Kementerian, Lembaga atau instansi stakeholder terkait. Dengan begitu dalam menjalankan fungsi sebagai media penyerapan aspirasi masyarakat, DPD senantiasa berupaya memberikan pelayanan publik yang baik.

Menurut Masnur Marzuki dalam Jurnalnya (2008) menjelaskan bahwa dalam cabang kekuasaan legislatif misalnya, konstitusi hasil perubahan tersebut telah melahirkan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) sebagai lembaga baru yang akan menjamin terwujudnya hubungan pusat dan daerah yang lebih baik dan bertanggungjawab. Realitas ketidakadilan dan kurang meratanya pembangunan di tingkat pusat dan daerah selama Orde Baru telah memicu keinginan perlunya melembagakan aspirasi daerah dari yang dulunya berwujud Utusan Daerah menjadi Perwakilan Daerah. Bahkan pada awalnya muncul wacana diberlakukannya sistem negara federal di Indonesia sebagai jalan keluar ketidakadilan yang selama ini dirasakan beberapa daerah seperti Aceh, Riau dan Papua.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dirkareshza (2019) dalam jurnalnya yang berjudul "Kompetensi DPD RI Dalam Mengemban Amanah Undang – Undang Nomor 2 Tahun 2018 Tentang MPR, DPR, DPD dan DPRD Sebagai Lembaga Tinggi Negara," menjelaskan bahwa lembaga DPD dibentuk dimaksudkan sebagai penguat ikatan daerah-daerah dalam wadah Negara Kesatuan Republik

Indonesia; mendorong percepatan pembangunan daerah serta mengagregasi aspirasi dan kepentingan daerah dalam perumusan kebijakan nasional. Oleh karena itu Komunikasi publik perlu diperhatikan agar terwujud komunikasi yang interaktif dan informatif.

Menurut Tedy Dyatmika (2018) dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Komunikasi", menjelaskan definisi Komunikasi publik adalah proses komunikasi seseorang kepada khalayak ramai atau masyarakat. Setiap penyampaian pesan atau informasi yang kepada orang banyak disebut Komunikasi Publik. Komunikasi Publik dapat dimaknai pula sebagai proses komunikasi kepada publik untuk menyampaikan informasi yang berkenaan dengan kepentingan publik.

Namun sayangnya masih banyak warga masyarakat yang belum mengetahui fungsi dan peran Anggota DPD RI sebagai Lembaga Negara. Dari survei yang sudah dilakukan oleh Paguyuban Cinta Bangsa (Paciba) Research Center pada tahun 2018, sebanyak 70 persen warga Jawa Barat rupanya masih belum tahu fungsi atau peran Anggota DPD. Survei dilakukan sejak November 2018 hingga Desember 2018, dengan 45.152 responden di 27 kota/ kabupaten Jawa Barat didapatkan fakta bahwa sebagian besar belum mengetahui fungsi DPD (Ispranoto, 2018). Dari hasil survei 17 persen responden atau 7.336 orang belum mengetahui lembaga DPD. Sementara sisanya 83 persen atau sejumlah 35.816 responden sudah mengetahui lembaga DPD. Meski banyak yang mengetahui keberadaan DPD RI, mayoritas belum paham apa fungsi lembaga tersebut. Hanya 30 persen atau 12.946 orang

yang tahu dan memahami fungsi DPD. Sementara sisanya 70 persen atau 30.206 orang belum tahu. Kebanyakan mereka tahu sebatas DPD itu sebutan lain dari senator.

Dalam komunikasi publik dibutuhkan pengelolaan pesan yang berdampak luas sehingga dapat mendukung keberhasilan sebuah instansi dalam menjalankan tugas, yang mana akan berdampak positif pada pencapaian tujuan instansi. Oleh karena itu pesan yang disampaikan baik secara digital dengan penggunaan media sosial dapat menjadi salah satu cara efektif dan efisien harus berjalan secara proporsional.

Terkait dengan rendahnya kesadaran masyarakat tentang peran dan fungsi DPD RI, tentu hal ini harus diatasi dengan baik, salah satunya dengan penggunaan strategi Public Relations yang efektif melalui media Sosial Instagram. Jika tidak ditangani dengan baik maka opini publik dan dukungan masyarakat kepada DPD RI akan tetap rendah sehingga akan mempengaruhi citra DPD RI sebagai Lembaga legislatif.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di DPD RI, Gedung B DPD R Jl. Jenderal Gatot Subroto No.6, Senayan – Jakarta Pusat 10270 Indonesia. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai bulan November 2022 sampai bulan Maret 2023. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktif. Paradigma konstruktif memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada

paradigma konstruktivisme adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang menurutnya kebenaran realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini dari sudut pandang interpretivisme (penafsiran), yang terbagi menjadi tiga jenis, interaksionisme simbolik, fenomenologis, dan hermeneutik. Paradigma konstruktivis ilmu-ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis.

Dengan menggunakan tipe penelitian ini akan dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan mendetail tentang suatu situasi atau objek. Kasus yang akan diteliti dapat berupa satu orang, keluarga, satu peristiwa, kelompok lain yang cukup terbatas, sehingga peneliti dapat menghayati, memahami, dan mengerti bagaimana objek itu beroperasi atau berfungsi dalam latar alami yang sebenarnya.

Peneliti menggunakan pendekatan metode ini karena peneliti ingin mengeksplorasi secara mendalam terhadap penyampaian pesan DPD RI di media sosial dan bagaimana ruang publik yang mereka coba ciptakan/bangun dapat mempengaruhi serta mengajak targetnya khususnya kaum milenial. Sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah dari konten dari instagram DPD RI dan juga dari penjelasan Informan. Informan yang akan dijadikan pada penelitian ini adalah:

- 1) Hadi'ah Alpha selaku Kepala Sub Bagian Fasilitasi Pengaduan, selaku penanggung jawab pengelolaan

media sosial DPD RI (instagram, facebook dan twitter).

- 2) Juan Malik Frederick Turpyn, S.Ikom, staff dalam pembuatan konten media sosial dan pengelola design dari konten-konten yang disajikan di Media Sosial akun DPD RI.

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua Teknik yakni Primer dan Sekunder, merujuk pada definisinya. data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan sumbernya untuk dicatat dan diamati pertama kali oleh peneliti. Sumber data primer meliputi:

- a. **Wawancara mendalam (in depth interview).** Menurut Moleong (2005:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Menurut Esterberg yang dikutip oleh Sugiyono (2013:233) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara struktur, semi struktur, dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Menurut Sugiyono (2013:233) wawancara struktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. **Observasi.** Menurut Nasution yang dikutip oleh Sugiyono (2013:226) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi yang digunakan dalam

penelitian ini adalah observasi partisipatif. Menurut Sugiyono (2013:227) observasi partisipatif dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Data sekunder merupakan data sumber yang tidak langsung berupa sumber tertulis. Data sekunder meliputi:

- a. Kajian kepustakaan, yaitu dengan cara menelaah buku, jurnal, majalah, surat kabar, tesis atau disertasi dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Dokumen. Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan seharian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.
- c. Adapun dokumen-dokumen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah: Foto-foto Konten di akun instagram DPD RI.
- d. Penelitian ini adalah deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Menurut Patton (Moleong, 2001:103), analisis data

adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.

Berdasarkan uraian di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapatkan dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara faktual, DPD RI lahir pada tanggal 1 Oktober 2004 yang ditandai dengan pelantikan dan pengambilan sumpah para anggota DPD RI. Dewan Perwakilan Daerah atau yang disingkat DPD adalah lembaga tinggi negara dalam sistem ketatanegaraan Indonesia yang anggotanya merupakan perwakilan dari setiap provinsi yang dipilih melalui pemilihan umum. Adapun, anggota DPD RI biasa disebut senator. Tugas dan wewenang DPD atau Dewan Perwakilan Daerah diatur dalam Undang-undang Dasar atau UUD. Sebagai pilihan rakyat, tugas DPD secara harfiah adalah mendengarkan dan mewujudkan kepentingan bersama sebuah daerah.

Sesuai namanya, Dewan Perwakilan Daerah atau DPD adalah lembaga yang mewakili kepentingan

sebuah daerah atau bahkan di tingkat provinsi. Meski begitu, sebetulnya DPD merupakan lembaga yang masih cukup muda usianya, karena baru terbentuk pada tahun 2001 silam. Namun tetap saja, fungsi DPD serta tugas dan wewenang DPD diatur dalam UUD 1945. Sebagai negara demokratis, anggota DPD dipilih melalui Pemilihan Umum atau Pemilu, setiap lima tahun sekali. Tugas dan wewenang DPD, sejatinya hanya fokus pada satu daerah saja. Lebih lanjut, DPD lahir, dari amandemen UUD 1945.

Perlu diperhatikan, meski terlihat serupa namun ada perbedaan antara tugas dan wewenang DPD dan DPRD atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Melansir dari Hukum Online, menurut UUD 1945, DPD adalah bagian dari MPR atau Majelis Permusyawaratan Rakyat. Hal ini dijelaskan di Pasal 2 ayat 1 UUD 1945. Sebagai sebuah lembaga negara di bawah MPR atau Majelis Permusyawaratan Rakyat, DPD tentu memiliki tugas untuk membantu, menyuarakan aspirasi rakyat dari tingkat daerah ke tingkat nasional. Hal tersebut, nantinya akan menghasilkan sebuah kebijakan, yang dirasakan oleh masyarakat daerah tersebut. Tugas dan wewenang DPD atau Dewan Perwakilan Daerah ada di dalam UUD 1945. Lebih tepatnya, pada pasal 22D Undang-undang Dasar 1945.

DPD merupakan representasi atau mewakili suara dari daerah menjadi penyeimbang dalam penguatan sistem parlemen di Indonesia. DPD menjadi forum mediasi aspirasi masyarakat dan daerah beserta kepentingan lainnya. Dilihat dari ketatanegaraan, DPD hadir untuk menguatkan sistem parlemen dalam proses legislasi. Pada dasarnya DPR dan DPD bersama-sama

menjalankan fungsi legislasi, anggaran dan pengawasan. Diharapkan keduanya dapat memberikan masukan bagi pemerintah sehingga tercipta sinergi antara kepentingan nasional, politik dan daerah dalam perumusan kebijakan nasional.

Dari 34 provinsi di Indonesia terdapat perbedaan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang cukup signifikan bagi terselenggaranya otonomi daerah yang relatif sama. Dalam kondisi demikian, setiap anggota DPD harus mampu menyalurkan aspirasi, merepresentasikan atau mewakili kepentingan masing-masing provinsi. DPD juga menjalankan fungsi integrasi bangsa dengan mencoba merekatkan dan meningkatkan derajat kebersatuan dari keragaman nusantara ini. Persoalan-persoalan lokal yang relevan dengan wilayah tugas DPD disinkronisasikan dengan persoalan nasional. Dengan keberadaan anggota DPD di parlemen pusat maka mendorong masyarakat daerah merasa diperhatikan dari para wakilnya di DPD.

Secara garis besar, ada tiga fungsi DPD yaitu legislasi, pertimbangan dan pengawasan. Lebih jelasnya, fungsi DPD yang tercantum di dalam UUD 1945 adalah sebagai berikut:

a. Pengajuan Rancangan Undang-undang yang berkaitan dengan otonomi daerah, hubungan pusat dan daerah, pembentukan dan pemekaran serta penggabungan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, serta yang berkaitan

dengan pertimbangan keuangan pusat dan daerah kepada DPR;

b. Ikut dalam pembahasan Rancangan Undang-undang yang berkaitan dengan otonomi daerah, hubungan pusat dan daerah, pembentukan, pemekaran dan penggabungan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, serta pertimbangan keuangan pusat dan daerah;

c. Pemberian pertimbangan kepada DPR atas Rancangan Undang-undang tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Rancangan Undang-undang yang berkaitan dengan pajak, pendidikan, dan agama;

d. Pengawasan atas pelaksanaan undang-undang mengenai otonomi daerah, pembentukan, pemekaran dan penggabungan daerah, hubungan pusat dan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lain, pelaksanaan APBN, pajak, pendidikan dan agama.

Pemikiran gagasan mengenai Lembaga DPD RI sudah ada sebelum kemerdekaan Indonesia, gagasan tersebut dikemukakan oleh Moh. Yamin saat rapat perumusan UUD 1945 oleh BPUPKI. Anggota DPD perwakilan dari setiap provinsi sebanyak empat orang dengan masa jabatan lima tahun dan berakhir bersamaan pada saat anggota DPD baru mengucapkan sumpah atau janji keanggotaan. Lembaga DPD ini sudah ada pada era RIS yaitu bernama Lembaga Senat RIS yang mewakili 16 negara bagian RIS, senat ini memiliki fungsi sebagai alat bantu pelaksanaan tugas untuk pemerintah.

Sementara sistem, bikameral adalah praktik pemerintahan yang

menggunakan dua kamar legislatif atau parlemen. Perubahan tersebut melalui tahap pembahasan yang cukup panjang di masyarakat maupun MPR. Berkembang kuat jika pandangan tentang perlu adanya lembaga yang mewakili kepentingan-kepentingan daerah. Itu juga untuk menjaga keseimbangan antar daerah dan antara pusat dan daerah secara adil dan serasi. Gagasan mendasar pembentukan DPD adalah keinginan untuk lebih mengakomodasi aspirasi daerah. Pembentukan DPD dibahas pada sidang tahunan MPR 2001 dan dalam rapat paripurna ke lima, kemudian pembentukan DPD disahkan pada 9 November 2001 dan menjadi bagian dari amandemen ketiga UUD 1945 yang nantinya berujung pada lahirnya Lembaga senator ini pada 1 Oktober 2004. Dengan visi untuk menjadi parlemen yang kuat dan aspiratif untuk memperjuangkan kepentingan daerah dalam wadah NKRI, DPD RI siap untuk melaksanakan berbagai misi dengan pemaksimalan kewenangan, optimalisasi hubungan kelembagaan serta peningkatan partisipasi edukasi masyarakat Indonesia.

### **Komparasi dan Birokrasi Media Sosial DPD RI**

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Peran Dan Fungsi DPD RI sehingga fokus diskusi dan penelitian mengarah kepada pengelolaan media sosial di ruang lingkup pemerintah. Humas DPD RI tentunya memiliki mengembangkan pemanfaatan media sosial untuk

meningkatkan awareness masyarakat. Informasi yang disampaikan Humas DPD RI harus berdasarkan fakta bahwa data tersebut benar, akurat dan dapat diinterpretasikan. Pemanfaatan media sosial dari segi kehumasan dapat mengidentifikasi kebutuhan yang diprakarsai sehingga sampai pada keputusan media sosial apa yang akan dipergunakan untuk menunjang tugas-tugas dan peranan DPD RI tersebut. Selain itu Humas DPD RI juga mempersiapkan penyampaian pesan dan konten yang disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang dipilih oleh DPD RI. Selain DPD RI, Lembaga negara serupa diluar negeri seperti US Senate dan UK Parliamentary menghadirkan pemanfaatan media sosial yang serupa. Penyajian konten yang interaktif dan menunjukkan visual otomatis memberikan kesan terhadap kinerja Lembaga-lembaga tersebut. Dan dalam konteks penggunaan ilustrasi, US Senate dan UK Parliamentary tentunya juga memiliki konsep maupun gagasan masing-masing.

Dalam upaya membangun awareness dari Lembaga parlemen diperlukan adanya strategi yang tepat. Pentingnya humas dari Lembaga parlemen dalam berperan mentukan dan membentuk sebuah strategi strategi. Untuk merencanakan strategi perlu adanya visi dan misi lembaga terlebih dahulu. Diperlukan adanya komunikasi sehari hari untuk menyusun dan merencanakan strategi yang tepat dalam membangun awareness dari keparlemenan Indonesia.

Media sosial dari UK Parliament termasuk dalam media interaktif, hal ini konsisten dimanfaatkan oleh tim

public relations untuk lebih dekat dengan publik. Tim PR UK Parliament juga terlihat dapat mengikuti ritme media sosial, berkomunikasi secara langsung dan memberikan respon dengan segera via konten-konten yang ada. Tidak menampik juga bahwa konten yang ditampilkan tidak dibalas dengan komentar, tetapi akun media sosial ini memiliki sejumlah link dan akses komunikasi untuk dapat berkomunikasi dengan anggota parlemen. Selain itu komparasi dari segi visual menunjukkan bahwa konten-konten yang muncul menunjukkan penggunaan warna menarik dan pengambilan foto interaktif. Konten feeds, reels, dan story yang dimanfaatkan oleh UK Parliament juga berdasar pada data dan masalah yang ada di lapangan. Jadi kedepannya apa yang dibutuhkan oleh publik bisa disajikan dengan konten-konten visual menarik dari media sosial parlemen Inggris tersebut.

Media sosial dari UK Parliament dapat menjangkau publik yang sangat luas sehingga pemahaman dalam penyebaran informasi dan cara berkomunikasi lintas budaya bisa dipahami dengan baik. Sudah seharusnya penyampaian message (pesan) adalah isi dari informasi atau bentuk informasi yang disampaikan. Sebuah pesan informasi secara kelembagaan yang baik haruslah memenuhi beberapa hal, yakni Condition of context (kondisi dan isi pesan) yang disampaikan, Clear (kejelasan) informasi yang disampaikan, cara pengemasan pesan informasi dan juga terkait editor atau siapa yang kemudian mengemas informasi terkait

Lembaga negara tersebut. Condition of context (kondisi dan isi pesan) yang disampaikan adalah hal yang terkait dengan isi pesan, maksudnya yakni apakah nantinya cocok untuk diterima atau ada relasinya dengan komunikan serta bagaimana bentuk pesan yang disampaikan serta bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi tersebut. Dalam hal ini tentunya DPD RI perlu menerapkan hal-hal yang berkaitan dengan pesan agar konteks narasi dapat dipahami sebaik mungkin. Pesan yang disampaikan oleh DPD RI juga harus dapat dikemas dengan benar terutama bagaimana bentuk pesan serta bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi tadi.

Kehadiran birokrasi dalam pengelolaan media sosial DPD RI menunjukkan bahwa bagian humas sendiri sudah melakukan upaya selektif dalam memilih media yang akan digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan tujuan komunikasi dan informasi dengan melihat terlebih dahulu trend (kebiasaan) masyarakat dalam mencari informasi. Selain itu terkait pengelolaan akun media sosial DPD RI terdapat semacam instruksi dan arahan yang dimana tujuannya adalah untuk menjaga privasi akun, keamanan akun pun juga telah dilakukan oleh admin akun Humas DPD RI dalam keseharian pengelolaan media tersebut. Berkaitan dengan serta employee conduct (perilaku admin ketika menggunakan akun pemerintah tersebut, disini maksudnya adalah cara admin DPD RI menggunakan media sosial tersebut dikarenakan admin juga berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Hal tersebut harus diperhatikan dikarenakan cara admin

berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya mempengaruhi citra baik DPD RI di mata pengguna sosial. Ragam perizinan berjenjang dan tantangan dalam pembuatan konten juga menjadi pertimbangan para pelaksana publikasi dan editor media sosial DPD RI untuk menyampaikan konten ke publik luas.

### **Implementasi Pemanfaatan Media Sosial DPD RI**

Humas perusahaan maupun Humas Pemerintah, memiliki peran penting dalam organisasinya demi menunjang komunikasi yang efektif bagi organisasi ataupun kota itu sendiri melalui aktivitas menjalin relasi dengan media, publikasi melalui cyber public relations, mengadakan special events dan bahkan melaksanakan social marketing.

Humas DPD RI pada dasarnya memiliki tupoksi yang lebih difokuskan pada pelayanan publik atau peningkatan pelayanan publik kepada masyarakat. Melalui rencana kerja bagian humas, Humas DPD RI dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan kebijakan, tindakan, dan kegiatan tertentu dalam rangka memenuhi kewajiban atau kewajiban pemerintah kepada publik. Penyampaian pesan publik Humas DPD RI pada saat ini, yaitu menggunakan media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai media di Internet, yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan berinteraksi dengan pengguna lain, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara daring.

Humas DPD RI memilih media

sosial sebagai jembatan komunikasi, karena situasi masyarakat Indonesia saat ini sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Kondisi ini merupakan peluang, jika dimanfaatkan dengan baik dapat menjadikan media sosial sebagai jawaban yang efektif untuk komunikasi politik antara pemerintah dan masyarakat untuk membangun pemerintahan yang lebih baik. Tim media sosial Humas DPD RI yang berada di bawah Biro Protokol, Humas dan Media Setjen DPD RI memiliki berbagai macam media sosial dan salah satu yang cukup dikenal adalah Instagram.

Semakin kreatif seorang Humas DPD RI dalam membangun relasi maupun usahanya dalam meningkatkan citra maka akan membantu untuk lebih cepat mencapai tujuan dari DPD RI. Salah satu yang harus diperhatikan yakni inovatif dalam teknologi, seorang Humas DPD RI juga harus mampu menjadikan media sosial sebagai strategi yang apik dalam memperkenalkan DPD RI agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Tidak hanya dengan mengandalkan kecakapan teknologi yang dimiliki, namun Humas DPD RI harus mampu memiliki banyak data tentang produk Lembaga sendiri, baik tingkat produktivitas capaian kinerja hingga daya rencana implementasi kebijakan saat ini. Humas DPD RI memiliki peran penting dalam keberhasilan kebijakan lembaga, yang bertugas dalam menciptakan ataupun menjaga citra, berupaya membangun pesan positif agar menjadi lebih dikenal, dan tentunya merupakan salah satu divisi yang akan sering melakukan komunikasi dengan masyarakat.

Berdasarkan dalam gambar diatas bahwa insights data dalam media

sosial DPD RI mengarah kepada peningkatan cukup signifikan. Hal ini terlihat dari pengakses konten yang notabene merupakan followers dan non-followers hingga 34 ribu peningkatan. Tren positif data tersebut didukung dari latar belakang tim media sosial dibentuk yaitu melihat pada tantangan era saat ini. Sebenarnya media digital atau media sosial menjadi media yang efektif dalam menyebarkan atau mendapatkan informasi dengan cepat. Apalagi saat situasi serba digital seperti saat ini telah memberikan dampak yang cukup signifikan di berbagai bidang, salah satunya bidang kehumasan. Munculnya berbagai perubahan digital merupakan situasi yang tidak terkendali karena seorang humas harus fokus pada langkah-langkah yang telah diambil dan dapat dikendalikan. Salah satu langkah yang dapat dikontrol oleh Humas DPD RI adalah mengembangkan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan awareness masyarakat. Informasi yang disampaikan Humas DPD RI harus berdasarkan fakta bahwa data tersebut benar, akurat dan dapat diinterpretasikan.

Secara garis besar, peningkatan interaksi DPD RI cukup signifikan hingga 188% dan didukung dari adanya capaian akun oleh 63 ribu individu ke DPD RI. Pencapaian secara riil yang ditunjukkan sangat memberikan aspek positif dari segi data daring. Terkait kemudahan mengakses media sosial terutama media sosial Instagram DPD RI, maka hal ini bergantung pada kualitas dan pengabsahan konten pesan dikarenakan media sosial DPD

RI sendiri berbasis kepada visualisasi yang menarik dan pesan substantif secara kelembagaan. Pesan yang disampaikan oleh Humas DPD RI menjadi salah satu kunci penting untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap fungsi dan peran dari DPD RI. Humas di lingkungan DPD RI menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi khususnya tentang awareness DPD RI dan memberi berbagai macam edukasi yang dikemas dengan menarik agar informasi yang diberikan dapat dengan jelas diterima oleh publik.

Dasar pemikiran Humas DPD RI dalam komunikasi ini berlandaskan pada dua fakta dasar. Pertama, publik mempunyai hak untuk mengetahui apa saja kebijakan dan kinerja lembaga; karena itu, para pejabat dari Humas DPD RI mempunyai tanggungjawab guna memberi penjelasan kepada masyarakat. Kedua, ada kebutuhan bagi para DPD RI untuk menerima masukan dari masyarakat tentang persoalan dan tekanan sosial, untuk memperoleh partisipasi dan dukungan masyarakat. Hal ini tentunya membutuhkan media komunikasi yang tepat sasaran agar capaian kebijakan dapat tersampaikan dengan baik.

Merujuk dari sejumlah pemahaman bahwasanya kegiatan perencanaan media sosial yang dilakukan oleh Humas DPD RI yaitu diawali dengan penetapan tujuan dari pengelolaan media sosial berdasarkan kegiatan yang akan dilakukan. Tujuan pengelolaan media sosial ini menentukan sasaran dan konten dan penentuan media sosial apa yang digunakan untuk membagikan informasi yang akan dibagikan di media sosial. Selanjutnya menentukan

konten untuk setiap postingan di media sosial dengan melakukan pengumpulan data untuk kebutuhan masing-masing dari media sosial. Dengan memantau jalannya aktivitas di media sosial milik DPD, humas dapat mengetahui apa saja kebutuhan konten atau informasi apa yang menarik minat masyarakat Indonesia, sehingga ke depannya bisa mendapatkan ide untuk konsep postingan konten selanjutnya.

Seorang humas memiliki fungsi dan tugas untuk memberikan informasi kepada publik, melakukan persuasi public untuk mengubah sikap dan perilaku publik, dan juga berusaha menyatukan sikap dan perilaku Lembaga sesuai dengan sikap dan perilaku masyarakat, begitu pula sebaliknya. Maka dari itu Humas DPD RI menyelenggarakan atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan instansi, Humas DPD RI juga turut menyebarkan informasi maupun mengadakan kegiatan mengenai edukasi sosialisasi tugas dan fungsi dasar DPD RI yang sesuai dengan manajemen melalui media sosial Instagram. Pada era digital saat ini, media sosial sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi, Humas DPD RI menggunakan media sosial dalam mensosialisasi, mempublikasi kegiatan kegiatan pimpinan dan juga menyebarluaskan informasi terkait dengan fungsi DPD RI maupun edukasi dan informasi untuk khalayak.

Humas DPD RI kerap melakukan perencanaan media sosial yang diawali dengan penetapan tujuan dari pengelolaan media sosial berdasarkan kegiatan yang akan

dilakukan. Tujuan diadakannya pengelolaan media sosial ini menentukan sasaran dan konten serta menentukan media sosial apa yang digunakan untuk membagikan informasi di media sosial. Selanjutnya penentuan pengolahan konten-konten yang akan dibagikan untuk setiap postingan di media sosial dengan melakukan pengumpulan data untuk kebutuhan masing-masing dari media sosial. perencanaan yang telah ditetapkan untuk mengelola media sosial. Pelaksanaan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh DPD RI mencakup perencanaan konten media sosial, penentuan konten media sosial, Penentuan sasaran media sosial, mengunggah pesan sesuai dengan konten yang telah ditetapkan, proses pemantauan jalannya media sosial. melakukan interaksi dengan masyarakat untuk menjawab komentar atau pesan yang masuk, serta melakukan evaluasi.

Maka dari fungsi tersebutlah masyarakat bisa memperoleh sejumlah pengetahuan yang bisa menciptakan hasil-hasil yang optimal dan dari pengalaman itu bisa meningkatkan kesadaran publik mengenai DPD RI ini kedepannya. Tak sedikit para individu saat ini menyadari bahwa DPD RI belum optimal dalam menyampaikan informasinya, maka dari itu kehadiran Instagram tersebut merupakan media yang sangat tepat untuk berbagi informasi bahkan dalam hal promosi dari Lembaga tinggi negara ini, karena nantinya individu akan lebih tertarik pada visualisasi yang disampaikan. Maka dari itu instagram bisa dipilih untuk lebih memaksimalkan fiturnya dalam berinteraksi melalui visual maupun video terutama mengenai konten-konten DPD RI.

## **Sifat New Media Terkait Dengan Penggunaan IG DPD RI**

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti dapatkan dari semua key informan di lapangan, serta juga melalui hasil observasi yang dilakukan peneliti, maka ditemukan bahwa mereka memiliki penyampaian pesan yang digunakan pada media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai tugas dan fungsi DPD RI, hal ini yakni sebagai berikut:

### **1. Persuasif dan Transparan**

Sebagai sebuah lembaga tinggi negara tentunya diperlukan aspek mendorong terkait prinsip komunikasi yang persuasif dan transparan (Widjajanto, 2013). Persepsi yang keliru selama ini terhadap fungsi dan peran humas adalah adanya anggapan bahwa aparat humas hanya berperan dalam menyampaikan pesan dan informasi semata-mata sesuai dengan instruksi. Akibatnya persoalan teknis, dan rutinitas itu secara tidak langsung akan dapat merendahkan eksistensi Humas. Hal ini dikarenakan media sosial dari DPD RI adalah sebuah proses interaksi untuk berhubungan dari lembaga kepada publik secara luas yang tentunya bertujuan untuk mengkomunikasikan secara luas. Tim Media Sosial DPD RI memulai kontennya dengan sejumlah ide-ide yang kreatif serta berentertain, yang nantinya pelaku media sosial ini bisa mencari data atau menyampaikan informasi sehingga kemudian dikemas menjadi bentuk pesan menarik. DPD RI sebagai sebuah lembaga negara juga tengah giat-giatnya mendorong pola komunikasi secara langsung maupun tidak langsung menggunakan bahasa

berbentuk visual yang menarik serta tulisan persuasif. Hal ini turut didukung oleh pernyataan dari Kepala Sub Bagian Fasilitasi Pengaduan, Hadi'ah Alpha terkait komunikasi persuasif dan transparan bahwa:

*"Konten-konten media sosial DPD RI harus melewati berbagai filter yang panjang, dan segala informasi yang disampaikan juga selaras dengan prinsip BerAkhlak dari DPD RI yang diantaranya juga transparan serta terbuka persuasif kepada masyarakat luas. Pesan tugas dan fungsi DPD RI juga selalu dikemas semenarik mungkin, sehingga masyarakat tidak bosan dalam melihat konten medsosnya."*

### **2. Visual Menarik dan Eye Catching**

Jika bicara tentang konten visual menarik dalam media sosial, kebanyakan individu-individu membayangkan tentang foto menarik serta visual kreatif yang ada di postingan Instagram, Twitter dan Facebook. Padahal sebenarnya, konten visual menarik dan eye catching ini menjadi sebuah sarana komunikasi dalam media sosial yang memanfaatkan sistem visual ataupun motorik pada otak manusia sehingga nantinya bisa diceritakan sebuah pemaknaan dari DPD RI sekaligus mencapai tujuan penyampaian informasi mengenai tugas dan fungsi lembaga sehingga kesadaran masyarakat tercapai.

Visual konten yang kreatif sendiri merupakan konten yang memiliki elemen visual eyecatching didalamnya. Jenisnya bermacam-macam dan bisa berdampak signifikan terhadap lembaga ataupun masyarakat, Hal ini turut didukung oleh pernyataan dari tim pengelola design dan konten media

sosial, Juan Turpyn bahwa:

*"Instagram merupakan salah satu dari sebagian banyak aplikasi media sosial yang kehadirannya semakin dimaksimalkan sebagai media komunikasi lembaga pemerintahan. Instagram memberikan dampak positif terhadap peningkatan awareness lembaga. Maka dari itu sangatlah penting untuk memperhatikan aspek-aspek penunjang konten media sosial tersebut, seperti pemberian tone color, gradasi warna, pemilihan foto hingga pemilihan caption yang sesuai untuk sebuah desain. Jika tidak senada atau berantakan hal ini sangat mempengaruhi segmentasi dari publik secara luas."*

### **3. Informatif**

Bila konten visual telah diterapkan secara strategis dan eye catching, maka hal tersebut sangat membantu untuk menyebarkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat (Widjajanto, 2013). Untuk mencapai tujuan atas awareness DPD RI, peran informasi dari sebuah konten sangatlah menentukan. Maka itu diperlukan strategi khusus dalam menghidupkan konten dan memastikan konten tersebut terdistribusi pada orang yang sesuai, selain itu konten yang informatif juga sangat menentukan perkembangan dari ide-ide tersebar secara komprehensif. Banyak hal-hal informatif yang bisa ditanamkan, bisa mulai dari konten yang berbasis 5W+1H yakni (What, Where, When, Why, Who dan How) nantinya output dari konten yang informatif ini ialah dengan menggerakkan para individu sebagai penikmat konten tersebut.

Hal ini turut didukung oleh

pernyataan dari Kepala Sub Bagian Fasilitasi Pengaduan, Hadi'ah Alpha terkait komunikasi persuasif dan transparan bahwa:

*"Tentunya kita harus tahu siapa saja yang akan melihat konten tersebut. Coba lakukan pemetaan dan analisis dasar terhadap pesan yang bakal disebar, jenis konten yang dikonsumsi, hingga tingkat pengetahuan yang audiens miliki. Karena kalau konten yang disiapkan sudah sangat proper tetapi ternyata tidak cocok dengan audience ini juga menjadi masalah baru yang cukup berat. Peran pesan dan komunikasi antar individu juga menjadi kunci dalam konten yang informatif, pastinya konten-konten informatif ini memegang poin dalam media sosial kita."*

Memanfaatkan Instagram sebagai media sosial merupakan keputusan yang cukup rumit dan panjang dikarenakan, cakupan serta segmentasi dari media sosial ini lah yang besar. Dengan faktor-faktor utama dalam sebuah konten, ketika kita menentukan tujuan komunikasi menggunakan model media sosial yang dikolaborasikan dengan peran-peran komunikatif lainnya dapat menjadikan institusi tersebut modern, serta akuntabel. Juan Turpyn selaku pengelola design dan konten medsos ini menjelaskan bahwa:

*"Setelah memahami tujuan, audiens, dan saluran kita, tugas selanjutnya dalam media sosial adalah mengembangkan konten yang sukses sesuai masukan-masukan sebelumnya. Peran komunikasi dan penggabungan ketoleransian bisa mengumpulkan berbagai bahan yang berbeda untuk optimalisasi konten. Dorongan informasi dari masyarakat sekitar yang pada akhirnya cukup mengetahui*

*tentang fungsi DPD, sehingga masyarakat bisa tau siapa yang mereka percayakan dan siapa yang tau mengenai konsep penyampaian informasi medsos ke rakyat luas."*

Berdasarkan salah satu konten DPD RI diatas, engagement rate yang ditunjukkan memiliki interaksi yang cukup baik dibanding konten lainnya. Hal ini terlihat dari banyak komentar dan interaksi klik "likes" pada konten, susbtansi pada pesan terkait honorer memang kerap menjadi atensi publik terhadap kelembagaan. Didorong dengan pengemasan visual yang menarik, berujung pada peningkatan exposure dari konten tersebut. Karakter dasar dari media sosial di DPD RI adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (Follower) di internet semata, tetapi juga telah dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Maka dari itu hal ini sangatlah membantu diharapkan adanya komunikasi sehingga internet juga tersupport akan adanya pola komunikasi tersebut. Dengan pertimbangan seperti itu maka dihasilkan konten yang menarik secara visual dengan permainan warna yang dominan biru. Instagram lebih banyak berfokus dengan gambar dan visual bergerak sehingga kita sebagai pembuat konten harus memaksimalkan visual tersebut untuk meningkatkan public awareness DPD RI ataupun tugas dan fungsi yang dijalankan selama ini. Peran komunikasi secara terstruktur sangatlah membantu masyarakat yang ingin mengaskes seputar DPD RI. Kondisi komunikasi yang dibangun dalam sejumlah

platform masih kurang banyak, tetapi komunikasi yang berlangsung secara digital juga tidak sedikit dalam menjawab apa yang diinginkan oleh masyarakat Indonesia.

Saat ini, situs jejaring sosial sebagai media komunikasi menunjukkan bahwa internet memiliki potensi besar untuk menjalin pertemanan. Sementara itu, menunjukkan bahwa masyarakat global telah berubah menjadi masyarakat yang sangat membutuhkan informasi dan sangat penting. Ini memainkan peran penting dalam kehidupan orang. Media sosial dianggap sebagai tempat berkreasi, berkarya, mengungkapkan ide, berbagi cerita, memberikan jawaban, dan mengungkapkan situasi yang muncul. Media sosial juga merupakan struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul. Node umumnya adalah individu atau organisasi yang terikat pada jenis hubungan tertentu, seperti nilai, visi, ide, teman, atau komunitas. Dengan demikian, media sosial dapat diartikan sebagai tempat bertemunya orang-orang yang ingin berbagi informasi, dan tempat menjalin pertemanan baru dan berinteraksi dengan orang lain secara online.

Menjamurnya situs-situs media sosial yang bermunculan menawarkan banyak keuntungan yang memungkinkan masyarakat di berbagai belahan dunia dapat berinteraksi dengan mudah, cepat dan efisien tanpa dibatasi oleh lokasi atau waktu. Perkembangan media informasi dan munculnya media sosial dalam berbagai bentuk telah membawa perubahan mendasar dalam lanskap sosial masyarakat saat ini. Interaksi yang terjadi merupakan simulasi dari realita yang sebenarnya. Adanya

aplikasi media sosial membuat masyarakat kini memiliki pola komunikasi visual. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita. Sebagai manusia modern yang membutuhkan media sosial yang cepat, akurat dan akuntabel, media sosial menjadi salah satu media yang sangat penting dalam pencarian media informasi dan komunikasi.

Media sosial juga mulai digunakan sebagai platform tambahan bagi media-media online yang pada umumnya menggunakan web, saat ini media-media mainstream juga menggunakan instagram untuk menjangkau khalayak lebih luas dengan berbagai menu komen, share dan simpan yang disediakan oleh instagram. Melalui program kerja Humas DPD RI yang terencana dengan baik, pemerintah dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan mengenai kebijakan yang ditempuh serta aktivitas DPD RI dalam melaksanakan tugas-tugas yang diemban ataupun kewajiban-kewajibannya DPD RI yang harus dilaksanakan. Sebagai sebuah pihak kehumasan yang bertanggung jawab untuk memberikan informasi, Humas DPD RI haruslah berperan dalam mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Hal tersebutlah yang akhirnya mendasari DPD RI untuk menggunakan instagram sebagai salah satu platform andalan untuk menyampaikan hasil kerjanya.

Salah satu konten reels diatas

merupakan pemanfaatan media sosial DPD RI, dan dalam hal ini merupakan bagian dari perkembangan teknologi komunikasi dalam menciptakan alat atau sarana baru bagi PR untuk membangun relasi dengan publik. Kondisi ini kemudian memunculkan istilah baru yaitu Cyber Public Relations. Cyber Humas Siber tidak diragukan lagi adalah pekerjaan kehumasan yang dilakukan dengan bantuan media elektronik internet di mana DPD RI berperan. Kegiatan Humas DPD RI akan terus optimal karena siber merupakan sarana yang ampuh untuk menyebarluaskan informasi perusahaan kepada masyarakat luas.

DPD RI sendiri bisa berkembang dengan adanya kehadiran Cyber PR karena implementasi media sosial merupakan supporting attachment dari konsep Cyber itu sendiri. Julius Bob Onggo kemudian memaparkan beberapa strategi publikasi ini melalui internet, hal tersebut termasuk konten email, konten kartu nama elektronik, publisitas autoresponder, publisitas komunitas online, dan publisitas magazine (buletin elektronik). Widodo (2009) berpendapat bahwa banyak kegiatan cyber PR yang dapat dilakukan untuk meningkatkan reputasi suatu instansi termasuk DPD RI. Pertama, PR bisa membuat website dimana target audience bisa mendapatkan informasi sesuai dengan yang mereka inginkan. Kedua, menawarkan paket media online. Ketiga, informasi secara teratur dikirim ke media dan publik. Selanjutnya, hubungkan DPD RI dengan hal-hal nyata untuk memudahkan pelanggan menemukan inti tupoksi dari lembaga. Kelima, dalam situasi krisis, akses informasi yang lebih cepat dari

biasanya harus disediakan dengan bantuan Internet. Keenam, berpartisipasi langkah sinergi antar lembaga untuk memantau reputasi dan masyarakat secara komprehensif. Ketujuh, buat kampanye dan acara online yang dapat menambah dimensi baru dalam pemasaran. Terakhir, PR dari DPD RI dapat menggunakan media sosial untuk membangun hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan.

Dalam fase yang berbeda ini, sistem cyber PR dapat memberikan informasi, mempromosikan lembaga atau acara terorganisir dengan mudah dan sistematis dibandingkan dengan penggunaan media tradisional seperti televisi atau media cetak. Dari sini dapat kita lihat bahwa cyber PR dan media sosial tentunya memiliki manfaat yang besar bagi sebuah perusahaan. Dengan memanfaatkan media sosial, DPD RI dapat memberi informasi kepada masyarakat dan mempromosikan layanan publik, juga dapat memberdayakan masyarakat biasa dalam berbagi rancangan untuk ide layanan mandiri di masa depan. Dengan komunikasi penggunaan media sosial DPD RI di berbagai linimasa, masyarakat tentunya akan lebih terlibat dengan lembaga, dan kemudian dapat mengajukan berbagai perspektif spesifik tentang kebijakan. Banyak pemahaman secara komprehensif yang menjelaskan mengenai media sosial karena hal ini sangat penting dalam membangun sistem hubungan masyarakat pemerintah yang efektif serta untuk mengelola isu-isu publik. Secara eksternal Humas DPD RI berperan dalam memberikan

penerangan pada masyarakat terhadap setiap program kebijakan atau program implementatif dari masing-masing Anggota DPD RI ataupun Sekretariat Jenderal DPD RI. serta memberi respon terhadap setiap masukan dari masyarakat Indonesia tentang kelembagaan.

Humas DPD RI juga berperan dalam melakukan sosialisasi atas program kebijakan DPD RI baik dari segi produk hukum atau awareness tugas fungsi DPD RI yang saat ini yang terus berjalan dengan menggunakan media sosial sebagai sarana, baik itu Instagram, ataupun media sosial lainnya. Dari segi informatif, Humas DPD RI juga memberikan informasi mengenai setiap kebijakan soal parlementaria kepada Masyarakat. DPD RI dalam penggunaan media sosialnya juga mendorong pemahaman konteks yang lebih luas, masyarakat juga dapat berpartisipasi aktif dalam upaya pengetahuan tugas pokok dan fungsi, pelaksanaan reformasi birokrasi, mendorong penegakan hukum, menjaga proses demokrasi, serta memastikan tata pemerintahan yang baik melalui media sosial pemerintah tersebut. Esensi dari pengelolaan media sosial pemerintah adalah hubungan yang bersifat interaktif antara pemerintah (penyelenggara otoritas negara) dengan masyarakat melalui media sosial. Melalui media sosial, masyarakat mendapatkan kesempatan untuk berbicara, mengekspresikan diri dan pikirannya, termasuk juga menyampaikan pesan ke pemerintah dalam hal ini DPD RI secara langsung dan terbuka.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian pemanfaatan media sosial instagram untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran dan fungsi DPD RI. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Humas DPD RI kerap melakukan perencanaan media sosial yang diawali dengan penetapan tujuan dari pengelolaan media sosial berdasarkan kegiatan yang akan dilakukan. Tujuan diadakannya pengelolaan media sosial ini menentukan sasaran dan konten dan penentuan media sosial apa yang digunakan untuk membagikan informasi yang akan dibagikan di media sosial.

Selanjutnya penentuan pengolahan konten-konten yang akan dibagikan untuk setiap postingan di media sosial dengan melakukan pengumpulan data untuk kebutuhan masing-masing dari media sosial. perencanaan yang telah ditetapkan untuk mengelola media sosial. Pelaksanaan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh DPD RI mencakup perencanaan konten media sosial, penentuan konten media sosial, Penentuan sasaran media sosial, mengunggah pesan sesuai dengan konten yang telah ditetapkan, proses pemantauan jalannya media sosial. melakukan interaksi dengan masyarakat untuk menjawab komentar atau pesan yang masuk, serta melakukan evaluasi.

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, maka penulis ingin memberi saran kepada praktisi Public relations, diantaranya: Pengaruh kesimpulan tentang awareness ini semakin marak dan kuat, maka dari itu kepada seluruh

jajaran pemerintah maupun stakeholder lainnya dapat memiliki berbagai langkah dan strategi tepat sehingga komunikasi yang dibangun tepat serta memitigasi isu sedini mungkin; 2. Diharapkan bagi DPD RI dapat senantiasa meningkatkan kegiatan pengelolaan konten dengan sebaik mungkin. Hal yang bisa dilakukan mulai dari penyampaian informasi kepada publik dengan konten-konten media sosial yang persuasif; Diharapkan DPD RI terus berinovasi, terutama dengan pasokan berbagai konten terbaru. Hal ini tentu berkaitan pula dengan konten publikasi di media sosial serta tugas dan fungsi yang dipilih; Pengelola konten instagram DPD RI bisa melakukan postingan pada jadwal yang sudah ditentukan, bukan hanya sebatas kegiatan rapat dan hasil rapat Anggota Dewan dan Sekretariat DPD RI saja namun juga bisa memberikan saran, informasi yang aktual terkait kejadian yang baru saja terjadi dan viral misalnya tentang bencana gempa, atau himbauan pada kebiasaan buruk masyarakat yang merugikan, misal membuang sampah di sungai, berkendara sambil merokok, dan berkendara melawan arus yang membahayakan bagi pengendara lain serta diharapkan DPD RI terus berinovasi, terutama dengan pasokan berbagai konten terbaru. Hal ini tentu berkaitan pula dengan konten publikasi di media sosial serta tugas dan fungsi yang dipilih.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alo, Liliweri. (2011). Komunikasi: Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana.
- Arifin, Anwar. (1984). Strategi

- Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas, Cet.2. Bandung: Armico
- A, Shimp, Terence. (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Azhar, Arsyad. (2003). Manajemen Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan & Eksekutif, Manajemen Strategik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, Guba. (2001). Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial, penyunting: Agus Salim, PT, Tiara Wacana, Yogyakarta
- Denis, McQuail. (2009). Teori Komunikasi Massa, Buku 1 (Edisi 6) Penyunting: Putri Iva Izzaati, PT. Salemba Humanika, Jakarta
- Dyatmika, Tedy. (2018). Ilmu Komunikasi. Edited by Syamsul Bakhri. Bandung Rosdakarya. I. Yogyakarta: Zahir Publisher, 2018.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung Citra Aditya Bakti
- J. Paul Peter & James H. Donnelly Jr. (2004). Marketing Management Knowledge & Skills, 7th Edition, McGraw Hill International Edition, Singapore
- Moleong, Lexy. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Puntoadi, Danis. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia. Jakarta.
- Salusu, J. (1996). Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik Organisasi Non Profit. Jakarta: PT Grasindo
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta CV.
- Suryadi, Edi. (2018). Strategi Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, Dani. (2008). Filsafat Ilmu Komunikasi. Jakarta: Indeks.
- Widjajanto Kenmada. (2013). Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Bandung: Ultimus.
- Yusuf, A. Muri. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana (Divisi dari preadamedia group).
- Jurnal:**
- Aditya Putra. Analisis Strategi Komunikasi Pihak Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume III, No. II, Agustus 2020, hlm 122-143. Retrieved from <https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/download/742/556/>. (Dilihat pada tanggal 22 Februari 2022).
- Dirkareshza, Rianda. "Kompetensi DPD RI Dalam Mengemban Amanah Undang – Undang Nomor 2 Tahun 2018 Tentang MPR, DPR, DPD Dan DPRD Sebagai Lembaga Tinggi Negara." Jurnal Yuridis 6, no. 2 (December 30, 2019): 1. Accessed September 26, 2021. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/Yuridis/article/view/1106>.

- SARDI, SAPTA AGUS (2019) MODEL KOMUNIKASI INTERAKTIF PRAMUWISATA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Pada Akun Jakarta Good Guide Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Tahun 2017-2018). <https://repository.mercubuana.ac.id/49947/2/02.%20ABSTRAK.pdf> (Diakses pada tanggal 13 April 2021).
- Kusnadi, A., Sastradihardja, R., Findriani, F., & Wanadjaja, T. L. (2008). PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN BARU PADA PT. SIMEX PHARMACEUTICAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK VIPRO-G. *Journal of Business Strategy and Execution*, 1(1), 135 - 157. Retrieved from <https://journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/view/177>. (Diakses pada tanggal 13 April 2021).
- Marzuki, Masnur. "Analisis Kontestasi Kelembagaan DPD Dan Upaya Mengefektifkan Keberadaannya." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 15, no. 1 (February 26, 2008): 81-100. Accessed October 19, 2021. <https://journal.uui.ac.id/IUSTUM/article/view/74>.
- Sello Satrio. Strategi Komunikas Pemasaran PT.MNC Play Media dalam mengoptimalkan Brand Awareness Corporate. (Dilihat pada tanggal 18 Februari 2021).
- Novi Herlina. EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @SUMBAR\_RANCAK SEBAGAI MEDIA INFORMASI ONLINE PARIWISATA SUMATERA BARAT. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/204931-none.pdf> (Dilihat pada tanggal 23 Februari 2022).
- Internet:**
- DPD RI. "Website Resmi Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia." DPD-RI. Last modified 2021. <https://dpd.go.id>. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> <https://www.komunikasipraktis.com/2016/06/komunikasi-online-pengertian-sejarah-ruang-lingkup.html> <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>. <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.com/2012/12/paradigma-positivisme-konstruktivisme.html>
- Ispranoto, Tri. "Banyak Warga Jabar Belum Tahu Fungsi DPD RI." *Detik.Com*. Last modified 2018. Accessed September 26, 2021. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4340212/banyak-warga-jabar-belum-tahu-fungsi-dpd-ri>.
- Kusnandar, Viva Budy. "Penetrasi Internet Indonesia Urutan Ke-15 Di Asia Pada 2021." *Databoks*. Last modified March 2021. Accessed September 26, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>.