



Pengelolaan Konten Instagram (@ppid.dprri) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi dan Dokumentasi

Ahmad Septian Eka Putra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik University of Islam Syekh-Yusuf

2001030019@students.unis.ac.id

Diki Rachmat Saputra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik University of Islam Syekh-Yusuf

2001030036@students.unis.ac.id

Nadiatul qori'ah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik University of Islam Syekh-Yusuf

2001030081@students.unis.ac.id

Shehan Dhepi Nurdiyansyah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik University of Islam Syekh-Yusuf

2001030086@students.unis.ac.id

Vivia Nitalia Resita Sari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik University of Islam Syekh-Yusuf

2001030111@students.uni.ac.id

***Abstract.** Social media especially Instagram has various advantages in promotional activities, such as being able to convey information to consumers does not require money and effort, even the time used to convey information to many people is very short, the object of this research is the management of Instagram social media in meeting needs. information and documentation as promotional media carried out by the DPR RI Public Relations. His Instagram account is @ppid.dprri with 1,892 followers. This research also uses a constructivist paradigm, the aim of the constructivist paradigm is to gain understanding, reconstruction creates a qualitative research model that seeks to find a deep understanding of the meaning of individuals and society. The Public Relations and Management Section of the Museum of the Secretariat General of the DPR RI, where the author carried out observations on social media accounts on the Instagram application @ppid.dprri, has a function, namely disseminating information to the public for the realization of a transparent, modern and aspirational parliament.*

Keywords: communication, media social, information

Abstrak. Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat, objek pada penelitian ini yaitu pengelolaan media sosial instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi dan

dokumentasi sebagai media promosi yang dilakukan oleh Humas DPR RI. Akun Instagram yang dimiliki yaitu @ppid.dprri dengan jumlah pengikutnya 1,892 pengikut. Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivis, tujuan paradigma konstruktivisme yaitu mendapatkan pemahaman, rekonstruksi melahirkan model penelitian kualitatif yang mencari temuan pemahaman makna yang mendalam dari individu dan masyarakat. Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI tempat penulis melaksanakan observasi akun media sosial pada aplikasi Instagram @ppid.dprri memiliki fungsi yaitu penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk terwujudnya parlemen yang transparan, modern dan aspiratif.

Kata kunci: komunikasi, media sosial, informasi

PENDAHULUAN

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia merupakan salah satu lembaga tinggi negara dalam sistem ketatanegaraan Indonesia yang merupakan lembaga perwakilan rakyat. DPR terdiri atas anggota partai politik peserta pemilihan umum yang dipilih melalui pemilihan umum. Masyarakat bisa mengakses dan melihat informasi mengenai DPR RI lewat halaman sosial media instagram @ppid.dprri. Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI tempat penulis melaksanakan observasi akun media sosial pada aplikasi Instagram @ppid.dprri memiliki fungsi yaitu penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk terwujudnya parlemen yang transparan, modern dan aspiratif dengan adanya media sosial yang dibuat oleh lembaga Humas Sekretariat Jenderal DPR RI diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengakses informasi terkait kinerja ataupun hal lain yang berkaitan dengan DPR RI.

Media Sosial merupakan suatu sarana yang di-era sekarang memiliki berbagai macam manfaat yang dapat menguntungkan bahkan bisa merugikan pengguna media sosial tersebut jika tidak digunakan dengan baik atau sesuai fungsinya, maka dari itu kita sebagai masyarakat harus bijak dalam menggunakan media sosial. Media Sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi tetapi juga digunakan untuk kepentingan suatu lembaga atau instansi yang dapat berfungsi untuk menyebarkan informasi terkait agar terjalannya komunikasi dua arah antar masyarakat dengan suatu lembaga ataupun instansi, bahkan sudah banyak Media Sosial suatu lembaga atau instansi yang mengelola media sosialnya dengan cara mempekerjakan tenaga ahli dibidangnya yaitu Media Sosial.

Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia merupakan aparatur pemerintah yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Sekretariat Jenderal DPR RI merupakan unsur penunjang DPR, yang berkedudukan sebagai Kesekretariatan Lembaga Negara yang dipimpin oleh seorang Sekretaris Jenderal dan dalam melaksanakan tugasnya. Dan dalam melaksanakan tugasnya Sekretariat Jenderal DPR dapat membentuk Tim Asistensi, susunan organisasi dan tata kerja Sekretaris Jenderal ditetapkan dengan keputusan Presiden (Peraturan Sekretaris Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia No.6 Tahun 2015 BAB II Pasal 2 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal dan Badan Keahlian Dewan Perwakilan) (Sekjen DPR RI, 2014) Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan penerangan kepada masyarakat dan pelayan informasi publik. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 239, Bagian Hubungan Masyarakat menyelenggarakan fungsi:

1. Penyusunan rencana kegiatan dan anggaran bagian Hubungan Masyarakat;
2. Penyusunan bahan Kegiatan di bidang Hubungan Masyarakat;
3. Pelaksanaan kegiatan di bidang Hubungan Masyarakat;
4. Penyiapan bahan materi dan pelaksanaan penerangan tentang keparlemenan;
5. Pelayanan informasi publik;
6. Pelaksanaan kehumasan;
7. Pelaksanaan tata usaha Bagian Hubungan Masyarakat;
8. Pelaksanaan tugas lain yang ditugaskan oleh Kepala Biro Pemberitaan Parlemen;
9. Pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi kepada kepala Biro Pemberitaan Parlemen

Bagian Hubungan Masyarakat terdiri atas:

1. Subbagian penerangan, mempunyai tugas penyiapan bahan materi dan pelaksanaan penerangan kepada masyarakat mengenai Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia
2. Subbagian pelayanan informasi publik, mempunyai tugas pemberian layanan informasi publik kepada masyarakat dan pelaksanaan tata usaha Bagian Hubungan Masyarakat.

Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI tempat penulis melaksanakan observasi akun media sosial pada aplikasi Instagram @ppid.dprri memiliki fungsi yaitu penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk terwujudnya parlemen yang transparan, modern dan aspiratif dengan adanya media sosial yang dibuat oleh lembaga Humas Sekretariat Jenderal DPR RI diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengakses informasi terkait kinerja ataupun hal lain yang berkaitan dengan DPR RI.

Sebagai seorang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang fokus pada permintanan Hubungan Masyarakat (Public Relations), penulis mempelajari hal – hal yang sudah didapatkan pada mata kuliah bahwa seorang Humas merupakan jembatan atau penghubung terjadinya komunikasi dua arah, Humas juga dapat menjadi muka dan diharapkan bisa menjaga citra suatu lembaga atau perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan tempat magang penulis yang masih di dalam lingkungan DPR RI, dimana lembaga tertinggi tersebut di negeri ini memiliki banyak pro dan kontra disetiap kinerja maupun keputusan yang dibuat sehingga sebagian masyarakat di Indonesia seringkali kecewa ataupun tidak puas atas kinerja dan keputusan yang dibuat oleh lembaga DPR ini, untuk hal itu yang dapat dilakukan oleh seorang Humas di era serba digital yaitu menggunakan media sosial instagram milik humas DPR RI tuntut menyebarluaskan informasi kepada publik dan mengadakan beberapa program yang dapat menciptakan terjadinya komunikasi dua arah antara lembaga DPR dan masyarakat.

Kepercayaan, respect serta pengetahuan masyarakat terhadap lembaga DPR ini perlu ditingkatkan dan diharapkan dengan adanya media sosial yang dibuat oleh bagian Humas dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI dapat membantu masyarakat mudah memperoleh informasi. Informasi, konten dan project yang ada pada media sosial instagram tersebut harus dikemas dengan menarik, inovatif serta mudah dipahami oleh masyarakat agar apa yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat atau publik dengan baik, hal ini merupakan tantangan bagi divisi media sosial untuk lebih kreatif dalam membuat konten – konten yang akan diunggah.

Permasalahan yang diangkat oleh penulis sesuai dengan salah satu teori komunikasi yaitu Teori Public Relations yang berisi komunikasi organisasi merupakan kajian pada

teori public relations, teori ini menyatakan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan, secara utuh atau menyeluruh oleh suatu organisasi, dimana upaya tersebut dilakukan untuk menciptakan serta memelihara niat baik untuk saling mengerti antara organisasi dan khalayaknya (Ron Ludlow) dalam (Mathematics, 2016). Konsep yang dapat digunakan untuk membantu permasalahan antara lain adalah media sosial yang dikelola oleh organisasi harus aktif dan cekatan dalam berinteraksi dengan masyarakat atau publik serta membuat project – project yang bermanfaat seperti penyaluran aspirasi melalui media sosial agar seluruh masyarakat di Indonesia dapat berpartisipasi tanpa harus terhalang oleh jarak.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Public Relations

Public Relations (PR) adalah sebuah ilmu dalam rumpun ilmu sosial, dan menjadi bagian ilmu dari induknya ilmu komunikasi. Selain ilmu, PR pun menjadi sebuah profesi di bidang komunikasi, yang sering disebut profesi Public Relations Officer. Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, dan Broom, 2006: 6) dalam (Rahmadani & Andrini, 2021)

Public relation pada dasarnya merupakan sebuah kegiatan yang terencana dan dilakukan secara terus-menerus dalam rangka membangun dan mempertahankan nama baik dan kesepahaman antara institusi (baik pemerintahan maupun swasta) dengan publik atau masyarakat (Fill & Turnbull, 2016). (Kusumastuti et al., 2021)

Dijelaskan pula lebih lanjut oleh Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations, yang mengemukakan definisi Public Relations sebagai berikut: “Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang belandaskan pada saling pengertian “Jefkins, 2003: 9 dalam (Pakaradena et al., 2019).

Definisi diatas memperjelas kaitan komunikasi dengan PR, bahwa kegiatan Public Relations adalah kegiatan komunikasi. Seorang PR bertanggung jawab terhadap aktivitas komunikasi di lembaganya sebab komunikasi yang baik akan menciptakan pengertian yang baik. PR dapat menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap perusahaan atau lembaga atau bahkan individu yang bersangkutan. PR harus memiliki dasar yang kuat setiap akan memulai pekerjaannya. Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149) dalam (Pakaradena et al., 2019) membagi proses kerja Public Relations menjadi 4 tahap yang berkesinambungan, antara lain; fact finding, planning, action and communication, dan evaluation.

Fungsi humas sendiri tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi humas adalah menciptakan opini publik yang memiliki kemauan baik (good will) dan partisipasi. Kinerja humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu, humas pemerintah juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun eksternal. Bila dilihat secara eksternal, biasanya humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan yang dapat

merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat (Herlina, 2015).

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan computer digital (Creeber dan Martin, 2009 dalam (Bimantara, 2021). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrrouw, 2011) dalam (Setiap et al., 2017). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public Mondry, 2008: 13 dalam (Wibisono, 2019)

Salah satu bagian dari new media adalah "Network Society". "Network society" adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas Van Dijk, 2006:20 dalam (Hasna, 2022)

2. Media Sosial

New media merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, interactivity, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media. (Flew, 2002: 11-22) (Watie, 2016).

Menurut Mandibergh dalam (Maksudi, 2018) media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (user generative content). Sedangkan menurut Vandijk dalam (Afriany et al., 2020) mengatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas mauoun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Sampurno et al (2020) media sosial telah menjadi salah satu media untuk edukasi, dimulai daribanyaknya informasi dan peluang terjadinya interaksi serta arahan untuk menjupengembangan informasi ke dalam tautan lain.(Frederick & Maharani, 2021) Salah satu media sosial yang populer adalah instagram.

3. Instagram

Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% user Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis. Berdasarkan data survei dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ekonomi kreatif menyumbang sebanyak 7,38% dalam bidang perekonomian nasional tahun 2016 dan sektor mode memberi kontribusi sebanyak 18,15%. Hal tersebut menunjukkan bahwa

masyarakat Indonesia semakin menyadari keberadaan industri fashion dan pentingnya berpenampilan menarik dengan mengikuti trend fashion yang sedang berkembang (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Salah satu sosial media yang sangat digandrungi oleh masyarakat saat ini adalah Instagram.(Bunker, L. N., & Gwalani, M., 2018). Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.(Petruca, I., 2016). termasuk milik Instagram sendiri. Menurut data statistika, sekitar 59% dari data usia 18—29 tahun adalah pengguna aktif Instagram. (Ibrahim et al., 2019)

Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil foto dan mengirimnya dalam waktu cepat (Afriany et al., 2020) Instagram mempunyai 5 menu utama (Farid et al., 2022) yaitu;

1. Home Page
Home page merupakan halaman utama yang berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah dan bawah.
2. Comments
Foto ataupun video yang sudah diunggah dalam Instagram dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang tersedia.
3. Explore
Explore yaitu kumpulan foto atau video populer yang mendapatkan banyak like.
4. Profil
Informasi pengguna dapat diketahui melalui profil.
5. News Feed
News Feed merupakan fitur berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna Instagram.

Menurut Atmoko, terdapat bagian pada Instagram yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih bermakna, yaitu :

1. Judul
Judul atau biasa disebut caption bersifat memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui foto.
2. Hashtag
Hashtag adalah simbol tanda pagar (#), tanda pagar ini dapat mempermudah pengguna untuk menemukan foto atau video di Instagram dengan kategori tertentu.
3. Lokasi
4. Fitur ini adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambil foto. Meski Instagram disebut layanan berbagi foto, Instagram juga merupakan jejaring sosial karena melalui Instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lain.

Aktivitas yang dilakukan di Instagram, yaitu:

1. Follow
Follow atau ikut, pengguna Instagram dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengan cara saling follow akun Instagram.
2. Like

Like merupakan ikon di mana pengguna dapat menyukai video atau foto yang telah unggah, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto.

3. Komentar

Komentar merupakan aktivitas memberikan pikiran atau pendapat melalui kalimat.

4. Mention

Fitur mention digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun instagram dari pengguna tersebut. Instagram membuat fitur yang terinspirasi dari Snapchat Stories dan diberi nama Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang kemudian akan hilang setelah 24 jam.

METODE

Objek penelitian yaitu fokus dari permasalahan yang ingin diteliti. Objek pada penelitian ini yaitu pengelolaan media sosial instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi dan dokumentasi sebagai media promosi yang dilakukan oleh Humas DPR RI. Akun Instagram yang dimiliki yaitu @ppid.dprri dengan jumlah pengikutnya 1,892 pengikut. Pada penelitian ini digunakan paradigma konstruktivis, karena peneliti ingin mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan dalam Instagram @ppid.dprri dan alasan apa yang membuat instagram dijadikan sebagai media yang aktif untuk menyebarkan informasi dan dokumentasi dari website yang telah disediakan serta kegiatan yang dilakukan oleh pihak humas DPR RI.

Tujuan paradigma konstruktivisme yaitu mendapatkan pemahaman, rekonstruksi melahirkan model penelitian kualitatif yang mencari temukan pemahaman makna yang mendalam dari individu dan masyarakat (Farid et al., 2022) Kualitatif deskriptif dijadikan metode pada penelitian ini yang merupakan pencarian fakta dengan mengumpulkan data-data berupa kata-kata, gambar, bukan angka. Dengan demikian, penelitian ini akan berisi beberapa kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari kegiatan wawancara dan hasil dokumentasi.

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk memperoleh data yang akan dijadikan penunjang dalam penulisan mini riset artikel yang kami teliti, metode yang digunakan triangulasi. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan sdokumentasi. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut antara lain yaitu:

1. Metode Observasi

Metode observasi yang digunakan penulis disini adalah metode mengamati lingkungan sekitar DPR RI, yang meliputi mengamati jobdesk atau cara kerja Humas yang profesional mulai dari menerima tamu kunjungan hingga cara Humas mengelola sosial media yang ada di Setjen DPR RI.

Penulis juga mendatangi tempat yang biasa digunakan untuk melakukan acara kenegaraan, kunjungan dari murid sekolah, dan tempat favorit yang biasa digunakan humas untuk membuat video dan foto untuk di bagikan dimedia sosial mereka. Observasi yang dilakukan tidak hanya sekedar melihat, namun juga melakukan interaksi

kepada salah satu humas PPID DPR RI untuk menanyakan sekaligus melakukan sesi wawancara.

2. Wawancara

Interview adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara lisan guna memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai. Penulis melakukan interview kepada salah satu humas PPID DPR RI yaitu Indah.

Penulis menanyakan beberapa hal mengenai konsep dan konten yang dibuat oleh tim humas DPR RI “kami memiliki konsep dengan unsur nasionalisme dan budaya, dengan selalu menampilkan budaya dan sejarah Indonesia dengan memberikan segala informasi yang terkait sejarah yang ada di Indonesia, namun tidak hanya itu, isi dari konten kami pun sangat beragam dan mengikuti perkembangan jaman, dengan memasukan unsur modern kami masih dapat memberikan informasi dengan tujuan rasa cinta tanah air, dan kami selalu memberikan informasi mengenai hari-hari besar seperti kemerdekaan Indonesia, hari pahlawan, hari ibu kita kartini, dan tidak hanya itu, hari besar lainnya seperti lebaran, waisak, jumat agung, nyepi, dan masih banyak informasi yang kita bagikan khususnya untuk kita anak Indonesia, ujar Indah.”

3. Metode Dokumentasi

Pada kegiatan menerima kunjungan tamu Musem DPR RI, penulis seringkali ditugaskan untuk menggunakan metode dokumentasi dengan cara mengambil beberapa Foto dan Video menggunakan kamera profesional (Inventaris milik kantor). Tidak hanya itu metode dokumentasi juga sangat penting untuk menunjang konten yang akan disebarluaskan melalui *Instagram* (@ppid.dprri) penulisan kali ini serta penting untuk arsip kantor Setjen DPR RI.

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Pengelolaan konten Instagram @ppid.dprri dalam seminggu yaitu 2-3 video, dalam video tersebut dijelaskan beberapa tutorial mengakses website dpr dengan mudah agar para masyarakat dapat mengakses dengan baik. Selain itu konten Instagram ppid dapat dilihat dalam bentuk animasi maupun tutorial secara langsung yang membahas undang-undang. Konten Instagram PPID dibuat oleh Tim Humas yang mengelola lalu konsep dasar diberikan kepada tim pengelola sosial media dimana dibuat dengan mudah, jelas, dan dapat dipahami.

Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebarakan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah. Informasi yang dilakukan PPID DPR RI melalui instagram. Menurut Rangkuti (2009:230) dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019) promosi secara online terdiri dari iklan, public relation, sales promotion, direct marketing dan juga personal selling. Begitu juga yang dilakukan oleh PPID DPR RI informasi yang dilakukan berupa menyebarkan melalui instagram. Mengelola Media Sosial Instagram PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) milik Setjen DPR RI, seperti :

- a) Penulis seringkali menjadi talent untuk kebutuhan konten edukasi dan informasi kepada publik
- b) Penulis membuat Weekly Report dan Monthly Report insight Instagram @ppid.dprri

- c) Penulis membuat ToC (Table of Content / Content Planning) disetiap minggunya
- d) Penulis bertugas sebagai tim media, yaitu dengan cara meliput rapat dengan kamera
- e) Mencatat hal atau poin penting dari isi rapat untuk diluncurkan sebagai Press Release di Media Sosial @ppid.dpri

Faktor Pemilihan Instagram Sebagai Media Informasi dan Dokumentasi yang Aktif Pihak PPID DPR RI mulai menekuni *instagram* sebagai media informasi dan dokumentasi yang disebarakan kepada khalayak, hal ini menjadi panduan bagi publik dalam mengakses sumber informasi seperti naskah akademik, risalah rapat, dan lainnya. Karena pihak PPID DPR RI sudah menyediakan akses tersebut dengan mudah melalui website resmi (ppid.dpr.go.id), Selain itu dengan adanya panduan berupa video dan foto yang ada di Instagram @ppid.dpri para khalayak bisa lebih mendapatkan informasi yang valid dan factual secara resmi.

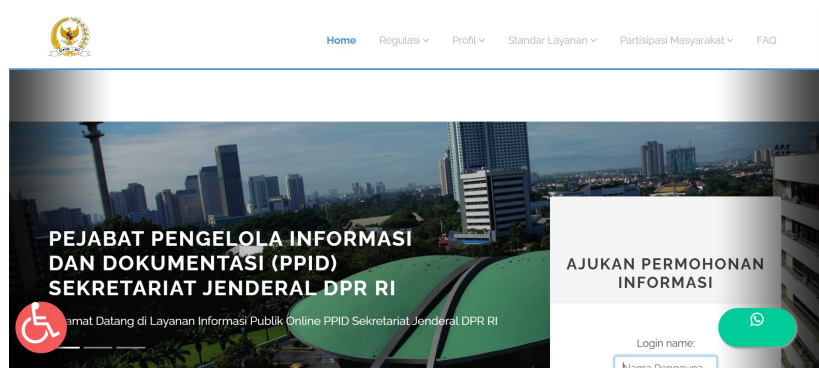
Kelebihan instagram sebagai media informasi dan dokumentasi yang dipaparkan oleh salah satu Tim Humas PPID DPR RI karena pengguna dari instagram itu sendiri yang jumlahnya banyak dan semakin bertambah. Dengan banyaknya pengguna instagram yang ada, maka semakin besar juga kemungkinan PPID DPR RI diketahui dan diakses oleh banyak orang untuk menemukan sumber informasi yang valid.

Kekurangan instagram sebagai media promosi yang dirasakan oleh PPID DPR RI bukan berasal dari aplikasi instagram melainkan berasal dari penilaian orang yang menganggap bahwa konten yang bagus adalah konten yang mempunyai jumlah like banyak.

Hal tersebut disampaikan oleh Tim Humas DPR RI. Foto-foto yang diunggah pada instagram (@ppid.dpri) tidak selalu mendapatkan jumlah like banyak. PPID DPR RI lebih mementingkan informasi dan dokumentasi yang ingin mereka sampaikan diterima oleh khalayak. PPID DPR RI sempat berfikir untuk merubah konsep foto mereka dengan harapan mendapat jumlah like yang lebih banyak. Namun akhirnya mereka memutuskan untuk menggunakan konsep awal untuk tetap mempertahankan karakter yang dimiliki.

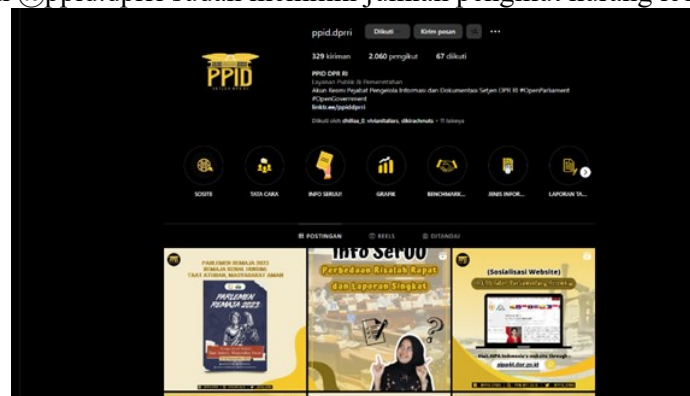
DISKUSI

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa PPID DPRRI memiliki website resmi yakni <https://ppid.dpr.go.id/> namun tidak semua orang mengetahui website resmi PPID DPRRI



Gambar 1. website PPID DPRRI

Oleh karena itu tim humas DPR RI membuat akun sosial media Instagram. Dengan sosial media Instagram ini khalayak yang kesulitan untuk mengakses informasi dapat terbantu dengan adanya panduan dari Instagram (@ppid.dprri). sebab secara terencana dan berkesinambungan secara utuh atau menyeluruh oleh suatu organisasi, dimana upaya tersebut dilakukan untuk menciptakan serta memelihara niat baik untuk saling mengerti antara organisasi dan khalayaknya (Ron Ludlow) dalam (Mathematics, 2016). pemilihan Instagram sebagai alat komunikasi kepada khalayak sangatlah tepat, karna Instagram memiliki format dan design yang sangat mudah di mengerti, setiap informasi yang diberikan dapat begitu mudahnya diakses untuk seluruh pengguna lainnya, sehingga informasi apapun dan kegiatan apapun yang disampaikan melalui Instagram dapat dilihat berulang kali dan menjadi sumber informasi yang modern dan cocok untuk khalayak muda dan melalui media sosial Instagram PPID DPRRI tidak hanya menyebarkan informasi berupa tulisan namun berupa foto ataupun video. dan saat ini akun Instagram @ppid.dprri sudah memiliki jumlah pengikut kurang lebih 2.060



Gambar 2. Akun Instagram @ppid.dprri

KESIMPULAN

Media sosial khususnya Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk menyampaikan sebuah informasi dan sebagainya. Media Sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi tetapi juga digunakan untuk kepentingan suatu lembaga atau instansi yang berfungsi menyebarluaskan informasi.

Sekretariat Jenderal DPR RI merupakan unsur penunjang DPR dan dalam melaksanakan tugasnya Sekretariat Jenderal DPR dapat membentuk Tim Asistensi, susunan organisasi dan tata kerja Sekretaris Jenderal ditetapkan dengan keputusan Presiden. Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan penerangan kepada masyarakat dan pelayan informasi public. DPR RI yakni Lembaga yang memiliki banyak pro dan kontra disetiap kinerja maupun keputusan yang dibuat sehingga sebagaian masyarakat Indonesia sering kali kecewa ataupun tidak puas atas kinerja dan keputusan yang dibuat oleh lembaga DPR RI. Di era digital saat ini humas DPR RI membuat akun sosial media Instagram salah satunya yakni akun Instagram @ppid.dprri untuk masyarakat mengetahui PPID (Pejabat pengelolaan informasi dan dokumentasi) yang memiliki fungsi penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk terwujudnya parlemen yang transparan, modern, dan aspiratif. Faktor Pemilihan Instagram Sebagai Media Informasi dan Dokumentasi yang aktif, pihak PPID DPR RI mulai menekuni instagram sebagai media informasi dan dokumentasi yang disebarkan kepada khalayak, hal ini menjadi panduan bagi publik dalam mengakses sumber

informasi seperti naskah akademik, risalah rapat, dan lainnya. Karena pihak PPID DPR RI sudah menyediakan akses tersebut dengan mudah melalui website resmi (ppid.dpr.go.id).

DAFTAR PUSTAKA

- Afriany, F., Alfarisi, I., Sofa, A., Handayani, A., Sari, E., Lucvaldo, M., & Rudy, R. (2020). Agresif Verbal di Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 23. <https://doi.org/10.56957/jsr.v3i3.94>
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Farid, M., Pangestu, M. F., & Permana, E. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm “Diantara Cafe.” *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 13(2), 142–149. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2.345>
- Hasna, S. (2022). Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan Di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi #Gejayanmemanggil. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 25–34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.25-34>
- Maksudi, I. A. R. dan B. I. (2018). The role of social media in the improvement of selected participation of students based on students in bogor regency. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Pakaradena, A., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2019). Proses Public Relations Dalam Program Layar Tancap Untuk Semua Oleh Sctv. *ProTVF*, 2(2), 127. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20817>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahmadani, F., & Andriani, S. (2021). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims). *Jurnal Audience*, 4(01), 38–59. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>
- Setiap, L. B., Kawamoto, M., Bungin, M., & Mondry, M. (2017). *BAB I*. 1–6.
- Wibisono, G. (2019). Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial ‘Good News From Indonesia’ Terhadap Perilaku Nasionalisme. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2), 560. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39264>
- Frederick, B., & Maharani, A. K. (2021). Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(2), 75–83. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/986>
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*. 4(3), 493.
- Ibrahim, A., Ananda, D. T., Imani, F. N., & Napian, S. D. R. (2019). Dampak Penggunaan Instagram sebagai Media Pencitraan pada Kalangan Remaja di Palembang. *POSITIF : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 1–7.
- Kusumastuti, R. D., Maryam, S., Kuswanti, A., & Kusuma, A. S. (2021). Analisis Kegiatan Public Relation Pemerintah Desa Cimanggu Dalam Menanggulangi Pandemi Covid-19. *Komunikata57*, 2(2), 62–74. <https://doi.org/10.55122/kom57.v2i2.272>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media

- Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Sekjen DPR RI. (2014). *Sasi Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Sekretariat*. 1–125.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>