



Instagram untuk Komunikasi Pengawasan Bawaslu Kabupaten Sidoarjo Terhadap Penyelenggaraan Pemilu 2024

M. Zaimil Fanani, M.I.Kom

Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto

Email: afan.voltus@gmail.com

Abstract - The 2024 General Election or election is an important event for both the state and citizens, especially to participate in it. The Election Supervisory Agency (Bawaslu) is responsible for overseeing elections and is responsible for ensuring that elections run honestly and fairly. In carrying out this mandate, Bawaslu requires community participation. Therefore, in this digital-based information era, Bawaslu needs to maximize its information through the use of social media as a means of publication and information. So as to facilitate public participation, ensure integrity, and accurate election results. This study aims to examine how @bawaslu.sidoarjo uses Instagram social media to disseminate information content about the 2024 General Election. The obstacle often faced by the Sidoarjo Regency Bawaslu is the platform used in disseminating the content. Rapid changes in the digital world have affected user habits, especially millennials who are more interested in social media today with new features. That way, the presence of Instagram as a popular platform among the younger generation is the main focus of @bawaslu.sidoarjo in disseminating information content. The Instagram platform, which has advantages in delivering information through images and videos, is expected to answer the challenges of disseminating educational information about the 2024 general election, by maximizing the features of the @bawaslu.sidoarjo Instagram platform. Important theories such as New Media theory and 7C theory were used in this research with a Post Positivism paradigm approach. In-depth interview technique was used to collect data.

Translated with DeepL.com (free version)

Keywords: Instagram; @bawaslu.sidoarjo; Media Sosial; General Election

Abstrak - Pemilihan Umum 2024 atau pemilu menjadi perhelatan penting baik untuk negara maupun warga negara, terlebih untuk turut berpartisipasi di dalamnya. Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) bertanggung jawab mengawasi Pemilu dan bertanggung jawab untuk memastikan pemilu berjalan dengan jujur dan adil. Dalam mengemban amanat tersebut tentunya Bawaslu memerlukan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, Bawaslu meningkdi era informasi yang berbasis digital ini Bawaslu perlu memaksimalkan informasinya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi dan informasi. Sehingga memudahkan partisipasi masyarakat, memastikan integritas, dan hasil pemilu yang akurat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @bawaslu.sidoarjo menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan konten informasi seputar Pemilihan Umum 2024. Kendala yang sering dihadapi oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo adalah platform yang digunakan dalam penyebaran konten tersebut. Perubahan cepat di dunia digital telah mempengaruhi kebiasaan pengguna, terutama generasi milenial yang hari ini lebih tertarik media sosial dengan fitur-fitur yang baru. Dengan begitu, kehadiran Instagram sebagai platform populer di kalangan generasi muda menjadi fokus utama @bawaslu.sidoarjo dalam menyebarkan konten informasi. Platform Instagram yang memiliki keunggulan dalam penyampaian informasi melalui gambar dan video diharapkan dapat menjawab tantangan penyebaran informasi

edukatif tentang pemilihan umum 2024, dengan memaksimalkan fitur-fitur platform Instagram @bawaslu.sidoarjo. Teori-teori penting seperti teori New Media dan teori 7C digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan paradigma Post Positivisme. Teknik wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) digunakan untuk mengumpulkan data.

Kata Kunci: Instagram; @bawaslu.sidoarjo; Media Sosial; Pemilihan Umum

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara demokrasi dan menggunakan Pemilu sebagai alat pergantian pemimpin (Pulungan et al., 2020). Pemilu adalah proses pemilihan wakil rakyat, mulai dari DPRD, DPD, DPR RI, hingga jabatan eksekutif seperti Bupati, Walikota, Gubernur hingga Presiden. Setiap pemimpin yang terpilih memiliki tanggung jawab dan kebijakan yang harus diambil selama masa jabatannya. Dalam Pemilu, calon politik bersaing untuk memperoleh suara masyarakat. Dengan demikian, kontestasi politik dalam proses penyelenggaraan Pemilu merupakan suatu tantangan (Halim et al., 2019).

Dalam menjaga integritas dan memastikan jalannya pemilihan yang jujur dan adil, Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Kabupaten Sidoarjo memiliki peran vital sebagai lembaga pengawasan. Di era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Media sosial telah banyak digunakan oleh praktisi *public relations* (Andoh-Quainoo & Annor-Antwi, 2015; Mizanie & Irwansyah, 2019; Pienrasmi, 2015; Shaleh & Furrie, 2020; Wright & Hinson, 2009). Penggunaan media sosial bagi praktisi *public relations* untuk meraih beragam tujuannya, di antaranya memperluas cakupan informasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Keterlibatan masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa mereka memahami dan dapat memantau kegiatan yang sedang berlangsung. Selain itu, penggunaan media sosial oleh lembaga dapat membantu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Lembaga atau institusi dapat menjelaskan program-program mereka secara rinci dan memonitor respon masyarakat melalui media sosial. Media sosial juga dapat membantu membangun hubungan yang positif antara lembaga dan masyarakat.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan terlibat dalam diskusi politik. Salah satu akun Instagram yang menarik perhatian adalah akun resmi Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Kabupaten Sidoarjo dengan username @bawaslu.sidoarjo.

Dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial layaknya Instagram telah tumbuh dengan pesat dan menjadi alat komunikasi utama bagi berbagai kalangan. Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat pengguna aktif Instagram di Indonesia yang terus meningkat seiring dengan banyaknya relasi yang terhubung di dunia maya. Ini memberikan peluang besar bagi institusi-institusi pemerintah maupun publik untuk menggunakan platform Instagram sebagai media penyebaran informasi secara cepat dan luas.

Buku *Panduan Pengelolaan Media Sosial* yang diterbitkan Bawaslu RI (Bawaslu RI, 2019) menyebutkan bahwa media sosial adalah salah satu cara efektif untuk menyebarkan informasi

tentang Pemilu. Banyak calon pemilih yang menggunakan media sosial setiap hari, terutama pemilih muda. Bawaslu RI, Bawaslu , dan Bawaslu Kabupaten/Kota harus mengelola akun media sosial resmi seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube* untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilu. Akun Instagram @bawaslu.sidoarjo adalah salah satu upaya Bawaslu Kabupaten Sidoarjo dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat terkait Pemilihan umum 2024.

Melalui akun tersebut, Bawaslu dapat melakukan pendekatan langsung dengan publik, memberikan penjelasan tentang tahapan-tahapan pemilihan, serta memberikan informasi terkini mengenai aturan dan regulasi yang berkaitan dengan Pemilu 2024. Dalam konteks Pemilihan Umum 2024, penggunaan media sosial dapat memainkan peranan penting dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran tentang proses pemilihan itu sendiri. Dengan adanya akun Instagram @bawaslu.sidoarjo, masyarakat akan lebih terinformasikan tentang tahapan-tahapan Pemilu 2024 serta memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai regulasi yang berlaku.

Menurut Jefferly Helianthusonfri (Helianthusonfri, 2021) dalam bukunya “Instagram Untuk Pemula (2021)” mengatakan, bahwa sejak 2019 instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia. Mengutip dari survey We Are Social, instagram adalah media sosial ke empat yang paling aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, posisi tersebut di belakang Youtube, Whatsapp dan Facebook. dari uraian tersebut instagram merupakan media sosial sangat populer, terutama di kalangan milenial.

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

Diantara beberapa alasan menggunakan platform Instagram sebagai media penyampai informasi yang efektif adalah:

1. Jangkauan Luas

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

2. Visualisasi yang menarik

Instagram merupakan platform berbasis gambar dan video yang memungkinkan penyampaian informasi secara visual. Dalam konteks Pemilu 2024, visualisasi yang menarik dapat membantu menarik perhatian masyarakat dan membuat informasi lebih mudah dicerna dan diingat.

3. Interaksi langsung dengan pengguna

Instagram memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan akun yang diikuti melalui komentar, pesan langsung, dan fitur interaktif lainnya. Dengan memanfaatkan akun @bawaslu.sidoarjo, masyarakat dapat berpartisipasi aktif, memberikan tanggapan, dan bertanya langsung kepada Bawaslu Sidoarjo terkait informasi mengenai Pemilihan Umum 2024.

Namun demikian, penggunaan media sosial juga memiliki tantangan tersendiri. Informasi yang tidak valid atau hoaks juga dapat dengan mudah menyebar luas di platform tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap pemanfaatan akun Instagram @bawaslu.sidoarjo dalam menyebarkan informasi secara objektif dan faktual.

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

KERANGKA TEORI

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

Media adalah istilah yang mengacu pada alat komunikasi utama, seperti televisi dan surat kabar. Sementara Media baru adalah jenis media yang menggunakan teknologi digital, seperti internet dan media sosial. Media baru berbeda dengan media lama, yang menggunakan format media konvensional, seperti majalah, radio, dan televisi.

Sementara CMC (*computer mediated communication*) ialah komunikasi antar individu yang menggunakan atau melalui komputer (Herring, dikutip oleh Budiargo, 2015). Setiap orang yang menggunakan pola CMC pasti memiliki alasan unik untuk menggunakannya, mungkin karena mereka ingin membangun hubungan sosial atau mungkin karena mereka ingin mengurangi keterlibatan mereka dengan orang lain (Arnus, 2015). Pola komunikasi CMC berkembang seiring dengan kemajuan internet. Namun, ada dampak positif dan negatif dari pola CMC.

Dampak positif yang paling umum diketahui adalah bahwa CMC membantu seseorang berkomunikasi melalui teknologi tepat guna berbasis komputer dan aplikasi tanpa harus bertemu secara tatap muka dan memberikan pola yang membantu seseorang tetap berinteraksi secara intens walau berada di jarak yang jauh.

Namun, ada juga dampak negatif dari pola CMC. Seperti kondisi *cues filtered out*, yaitu situasi komunikasi yang mengurangi peluang seseorang untuk menangkap tanda-tanda komunikasi nonverbal, seperti mimik, gestik, atau intonasi. Hal ini terjadi karena media komunikasi terbatas, seperti komputer-mediated communication (CMC), yang tidak memiliki

isyarat nonverbal. Walther (2009) menggambarkan bahwa CMC tidak memiliki isyarat nonverbal, sehingga mengurangi pemenuhan fungsi sosial yang biasanya melibatkan isyarat nonverbal tersebut. Akibatnya, interaksi online melalui CMC menjadi *deindividuated* (tidak menjadi dirinya) dan berkurang rasa norma sosialnya (Walther, 2009).

Teori lain yang digunakan adalah teori 7 C. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, dalam komunikasi Public Relations ada 7 faktor penting yang disebut sebagai “The Seven C’s of Communication” (Bajri, 2019) dan (Afizha & Kholik, 2021), yaitu:

(1) *Credibility*

Komunikasi harus diawali dari sikap saling percaya yang ditimbulkan dengan adanya informasi sesuai yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan. Dengan adanya keterbukaan dalam menyampaikan informasi, maka publik akan percaya kepada sumber informasi tersebut.

(2) *Context*

Apabila suatu pihak ingin mengangkat atau mempublikasikan isu sosial, penting untuk menyampaikan pesan secara jelas dan transparan agar sesuai dengan konteks yang ada. Komunikasi efektif menjadi hal yang sangat dibutuhkan agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kegelisahan di tengah masyarakat.

(3) *Content*

Pesan memiliki peran penting dalam mempengaruhi cara berpikir individu maupun kelompok. Maka, penting bagi pesan untuk disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat kepada penerima pesan.

(4) *Clarity*

Pesan harus disampaikan dengan menggunakan tutur kata yang jelas dan dapat dipahami dengan mudah. Adanya penggunaan kata-kata yang tidak pantas dapat berdampak pada pemahaman sepihak, baik sebagai komunikan maupun sebagai komunikator, sehingga pesan tidak dapat tersampaikan secara efektif.

(5) *Continuity & consistency*

Komunikasi merupakan suatu proses yang tak pernah berhenti karena terus dilakukan secara berulang-ulang. Pola interaksi yang berulang memberikan variasi isi pesan yang dapat mempengaruhi komunikan dengan lebih mudah.

(6) *Channel*

Pemilihan saluran atau media komunikasi memegang peranan penting dalam keberhasilan penyampaian pesan. Perbedaan latar belakang khalayak merupakan faktor yang harus dipertimbangkan dengan serius saat menentukan media mana yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar komunikasi dapat berjalan secara efektif.

(7) *Capability Of the Audiences*

Sebelum menyampaikan informasi, penting bagi komunikator untuk memahami kapasitas dan kemampuan audiens yang menjadi target. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, komunikator dapat menentukan jenis informasi yang tepat untuk disampaikan. Penyusunan konten berdasarkan audiens yang telah ditetapkan akan memastikan efektivitas dan ketepatan dalam penyebaran informasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @bawaslu.sidoarjo menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan konten informasi edukasi seputar Pemilihan Umum 2024.

METODOLOGI

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

Peneliti juga menggunakan metode deskriptif. Melalui pendekatan tersebut peneliti akan menggali pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh akun @bawaslu.sidoarjo dalam menyebarkan informasi melalui platform Instagram kepada audiensnya.

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini membahas bagaimana media sosial *Instagram* untuk Komunikasi Pengawasan Bawaslu Kabupaten Sidoarjo Terhadap Penyelenggaraan Pemilu 2024. Terkait dengan 7 C, dalam konsep yang digunakan untuk mengulas strategi Marketing Public Relations mengacu pada konsep 7 C milik (Broom & Sha, 2013, p. 332) yang terdiri dari *credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, dan capability of the audience*.

1. *Credibility* (kredibilitas)

Bawaslu Kabupaten Sidoarjo selalu berupaya menemukan cara agar platformnya mempunyai kredibilitas sehingga bisa dijadikan acuan informasi bagi masyarakat. Upaya yang tidak mudah

untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai media informasi utama bagi masyarakat di tengah masih diminatinya media mainstream. Bawaslu Kabupaten Sidoarjo menumbuhkan kredibilitas di tengah masyarakat dengan cara memberikan konten yang bermutu. Bawaslu Sidoarjo meyakini bahwa dalam menyebarkan informasi dan untuk menghadirkan komunikasi yang baik diperlukan komunikator yang memiliki kredibilitas. Salah satu Upaya Bawaslu Sidoarjo adalah dengan membuat struktur yang terorganisir dengan membuat masing-masing staf mengerjakan sesuatu sesuai dengan bidangnya. Diharapkan dengan adanya Tupoksi (Tugas Pokok dan Fungsi) yang sudah ditentukan, maka kredibilitas dapat terus ditingkatkan.

Dalam memberikan informasi kepada audiensnya, Bawaslu Kabupaten Sidoarjo terlebih dahulu melakukan seleksi mengenai informasi yang akan disebarluaskan. Pada akun Bawaslu Sidoarjo, terdapat kesempatan kepada para pembaca untuk ikut memberikan materi informasi yang akan ditayangkan. Sebelum ikut serta dalam kontribusi konten informasi, para calon penulis harus memenuhi persyaratan agar informasi yang akan ditampilkan bisa dipertanggungjawabkan.

2. *Context*

Konteks komunikasi yang disampaikan selain memperhatikan kejelasan dalam menyampaikan pesan, memperhatikan konteks yang berkaitan juga diperlukan agar pesan tersebut bisa tersampaikan dengan baik dan mudah untuk diterima. Pembawaan informasi harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung jalannya komunikasi yang efektif. Konteks diperlukan untuk mendorong partisipasi dan umpan balik dari komunikan. penyebarluasan informasi melalui platform disesuaikan konteksnya yaitu memberikan kabar baik mengenai proses berjalannya Pemilu yang akan berdampak kepada optimisme anak bangsa. Dengan demikian dibutuhkan ketelitian dalam melakukan rancangan konten yang akan diunggah.

Tim Humas Bawaslu Kabupaten Sidoarjo selalu mengupdate informasi yang sekiranya sedang trending. Adapun informasi tersebut ternyata tidak menggambarkan informasi baik mengenai Indonesia dan tidak sesuai dengan konteks yang telah ditentukan, mereka tetap mengambil subjek yang ramai dibicarakan tetapi dengan membahas sisi lain dari subjek tersebut. Penulis berkesimpulan bahwa cara yang telah dilakukan oleh Divisi Humas Bawaslu Kabupaten Sidoarjo sudah cukup baik. Mereka mengambil gambar dan video dari para jurnalis atau sumber lain yang terpercaya. Penggunaan gambar dan video yang baik dan sesuai dengan kebutuhan akan membuat unggahan yang mereka publikasikan mudah diingat oleh para pengikutnya (*follower*).

3. *Content* (Pesan komunikasi yang disampaikan)

Konten yang disebarluaskan oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo dikhususkan mengenai penyebaran informasi yang positif. Dalam kesehariannya, konten tersebut dapat berupa banyak kategori meliputi informasi pemilihan umum 2024, edukasi mengenai pemilu, jadwal tahapan pemilu, maupun kegiatan internal dan eksternal di bawaslu, baik berupa fliyer, poster maupun berita. Kategori tersebut diberikan secara berkala dengan memperhatikan momentum yang sedang berlangsung. Tim Humas Bawaslu Sidoarjo berupaya selalu menyebarkan pesan yang jarang diangkat oleh media umum lainnya. Hal tersebut dilakukan agar menjadi pembeda dari yang lain. Beberapa konten yang diunggah juga tidak selamanya

informasi berbobot, tetapi terkadang diselipkan informasi ringan seperti funfact, ucapan selamat dan media seperti foto kegiatan yang jarang diketahui masyarakat.

4. *Clarity*

konten yang dipublikasikan dikemas sesederhana mungkin. Pesan tersebut diupayakan menimbulkan pemaknaan yang sama antara pikiran komunikator dan komunikan. Selaras dengan inti komunikasi, yaitu ketika pesan yang diberikan dapat dengan mudah diterima oleh komunikan. Isu yang ingin disampaikan mengenai topik dan tema tertentu akan dipadatkan dan mengandung kejelasan. Kejelasan pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi anggapan masyarakat mengenai keberadaan suatu pihak. Semakin jelas pesan yang disampaikan, maka masyarakat akan mengerti maksud dan tujuan isi pesan yang disampaikan tersebut. tingkat kejelasan pesan yang disampaikan akan mengukur konsistensi mengenai apa yang selama ini sudah disebarluaskan.

Menurut pengamatan peneliti, pesan yang ingin disampaikan oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo sudah sangat jelas dan terarah. Mereka menginginkan penyebarluasan informasi yang positif mengenai Pemilihan Umum 2024, bahwa saat ini untuk mendapatkan banyak informasi mengenai Pemilu sudah mudah dan hanya perlu melihat unggahan Bawaslu Kabupaten Sidoarjo. Platform Instagram yang saat ini cenderung banyak digunakan oleh generasi muda memang memiliki tampilan unik yang berfokus pada unggahan gambar. Bawaslu Sidoarjo melihat hal tersebut sebagai peluang untuk menarik minat lebih dari generasi muda. Mereka berusaha membuat konten melalui gambar dengan pesan yang sudah memiliki kejelasan dan tidak perlu banyak tambahan tulisan. Konten yang diunggah oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo cukup membuat pengikutnya semakin tertarik, dengan terus menghadirkan informasi terkini.

5. *Continuity and consistency*

Keberlanjutan sangat berkaitan dengan konsistensi yang akan berpengaruh terhadap citra. Keberlanjutan dilakukan guna mengukur seberapa besar konsistensi suatu pihak dalam mempertahankan masyarakat agar informasi pesan tersampaikan dengan baik. Apabila suatu pihak tidak bisa menjaga keberlanjutan dan konsistensinya maka mereka berpeluang dilupakan para pengikutnya.

Berdasarkan observasi peneliti dan pemaparan yang disampaikan oleh pihak Bawaslu Kabupaten Sidoarjo mengenai keberlanjutan dan konsistensi, peneliti berkesimpulan bahwa Bawaslu Sidoarjo sudah berusaha menjadi platform yang konsisten dalam mempertahankan idealisme mereka melalui sebaran konten informasi positif mengenai informasi seputar Pemilu 2024. Selain itu, Bawaslu Sidoarjo melakukan keberlanjutan sampai kepada hal kecil seperti tema konten apa yang ingin disebar dan mengenai jadwal jam untuk mengunggah konten tersebut. walaupun pada praktiknya, masih terdapat hambatan yang disebabkan oleh keadaan tertentu.

6. *Channel*

Seiring berjalannya waktu dengan semakin berkembangnya teknologi, platform media sosial yang dikategorikan sebagai media baru mulai menjadi bernilai bagi masyarakat. penyebarluasan informasi yang cepat dan bisa disesuaikan dengan kehendak penggunanya merupakan salah satu kelebihan dari adanya media sosial. Menyadari bahwa terdapat pergeseran kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat, bergerak cepat dalam membuat saluran baru yang dipercaya sebagai media yang bisa membuat proses penyampaian pesan berjalan efektif. Kehadiran media sosial Instagram sempat menggeser dominasi platform

media sosial lainnya karena dianggap banyak menyediakan fitur yang lebih lengkap dibandingkan platform lain. Pada tahun 2018 Bawaslu Kabupaten Sidoarjo membuat platform Instagram dengan tujuan untuk memperluas target pembaca yaitu menyasar pada generasi muda.

7. *Capability of the audience* (Kemampuan audiens)

Dalam hal ini para *follower* (pengikut) harus dijadikan prioritas utama. Pesan yang sudah direncanakan sebelumnya jangan sampai tidak tersampaikan dengan baik hanya karena ketidakmampuan para audiens dalam menerima pesan tersebut. Oleh karenanya diperlukan analisa mengenai audiens yang akan diberikan pesan atau informasi. Berdasarkan data yang sudah disampaikan oleh Agisma Dyah Fastari bahwa para pengikut dari akun Instagram Bawaslu Kabupaten Sidoarjo didominasi oleh kalangan anak muda.

Dari hal tersebut Bawaslu Sidoarjo dapat menganalisa dan mengevaluasi mengenai hal-hal yang bisa diterima oleh generasi muda. Informasi yang diberikan oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo dibalut dengan tampilan menarik yang akan menambah kesan kreatif dan kekinian. Unggahan konten dibuat dengan sederhana dengan tetap memperhatikan unsur-unsur yang menjelaskan identitas informasi di akun Instagram Bawaslu Kabupaten Sidoarjo. Kesederhanaan itu yang menjadikan konten Bawaslu Kabupaten Sidoarjo terlihat elegan dan menarik. Pemilihan caption yang sesuai dengan konteks informasi membuat unggahan yang diberikan terlihat menarik karena tanpa menggunakan banyak penggunaan kata dan warna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti berkesimpulan sebagai berikut: Penggunaan platform Instagram yang dilakukan oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo untuk menyebarkan informasi mengenai pemilihan umum 2024 dapat diketahui dengan mudah oleh Masyarakat, sehingga edukasi perihal Pemilu 2024 dapat tercapai dengan sangat baik. Dalam penggunaan media sosial yang paling utama terletak pada kontennya, yang memenuhi unsur kejelasan dan menarik. Serta *Channel* yang memiliki kekuatan karena pesan disampaikan melalui platform Instagram yang banyak diminati oleh masyarakat. Meski demikian, aspek-aspek pada konten harus selalu dimonitoring oleh Bawaslu Kabupaten Sidoarjo, agar penggunaan konten-konten Bawaslu Sidoarjo yang diolah sumber-sumber lain bisa dipertanggungjawabkan dan tidak disalahgunakan. Setiap konten yang diunggah telah melewati proses panjang dengan *Quality Control* yang melibatkan staf sesuai dengan keahlian dan tupoksi masing-masing. Dengan melihat pengguna Instagram yang luas, saat ini platform tersebut masih menjadi andalan Bawaslu Kabupaten Sidoarjo untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Bila ditinjau dari sudut pandang penggunaannya, kehadiran media sosial Instagram cukup mewakili karakteristik dari New Media. Platform penyebaran informasi yang cepat dan memiliki ciri khasnya sendiri. Hal ini diharapkan mampu menjadi media penyampai pesan antara Bawaslu Kabupaten Sidoarjo dengan audiensnya yaitu generasi masa kini. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti secara online dengan memperhatikan tampilan *feeds* Instagram Bawaslu Kabupaten Sidoarjo, setidaknya terdapat 7 (Tujuh) karakteristik media baru yang melekat dalam akun tersebut yaitu interaktif, kehadiran sosial, kekayaan media, otonomi, unsur bermain-main, privasi, dan personalisasi.

Dalam menyebarkan informasi positif mengenai Pemilu 2024 dengan membahas berbagai topik yang ada, konten seputar tahapan dan kegiatan pengawasan menjadi salah satu yang paling digemari. Keberhasilan Bawaslu Kabupaten Sidoarjo dalam mengemas konten tersebut dan terlihat menjadi menarik adalah dengan memperhatikan beberapa unsur yang terkait dalam Teori 7 C dalam bidang Public Relations.

DAFTAR PUSTAKA

- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan Komunikasi Efektif 7C Dalam Pelayanan Informasi Publik Oleh. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(3), 111–125.
- Andoh-Quainoo, L., & Annor-Antwi, P. (2015). The Use of Social Media in Public Relations: A Case of Facebook in the Ghanaian Financial Services Industry. *New Media and Mass Communication*, 41(1), 37–47. <https://core.ac.uk/download/pdf/234652804.pdf>
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
- Bajri, R. A. D. (2019). Tujuh ‘C’ Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.349>
- Bawaslu RI. (2019). *Panduan Pengelolaan Media Sosial*.
- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 34–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* ((4th Editi). California: Sage Publishing.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>
- Halim, V. F. S., Pradana, F., & Bachtiar, F. A. (2019). Sistem untuk Memonitor Aktivitas Media Sosial Berbasis Web (Studi Kasus Media Sosial Twitter Calon Legislatif pada Pemilihan Legislatif 2019). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5264–5272.
- Helianthusonfri, J. (2021). *Instagram Untuk Pemula*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pulungan, M. C., Rahmatunnisa, M., & Herdiansah, A. G. (2020). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Serentak Tahun 2019. *POLITEA : Jurnal Politik Islam*, 3(2), 251–272.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yazid, T. P. (2015). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160–173. <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3345>