

**ANALISIS INSTAGRAM KPU PROVINSI SUMATERA
SELATAN SEBAGAI MEDIA EDUKASI PEMILU
PADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun oleh:
DAETA DWI PUTRA
07031282025118

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“ANALISIS INSTAGRAM KPU PROVINSI SUMATERA SELATAN
SEBAGAI MEDIA EDUKASI PEMILU PADA MASYARAKAT”**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

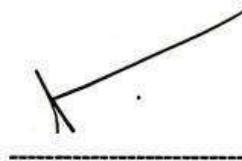
Oleh :

**Daeta Dwi Putra
07031282025118**

Pembimbing I

**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005**

Tanda Tangan



Tanggal

26/3/24

Pembimbing II

**Krisna Murti, S.Ikom., MA
NIP. 198807252019031010**



22/3/24



**Mengetahui,
Ketua Jurusan,**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“ANALISIS INSTAGRAM KPU PROVINSI SUMATERA SELATAN
SEBAGAI MEDIA EDUKASI PEMILU PADA MASYARAKAT”**

Skripsi

Oleh :

**Daeta Dwi Putra
07031282025118**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 16 Mei 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

KOMISI PENGUJI

**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005
Ketua Penguji**



**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP. 198807252019031010
Sekretaris Penguji**



**Erlisa Saraswaty, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015
Penguji**



**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019
Penguji**



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi




**Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Daeta Dwi Putra
NIM : 07031282025118
Tempat dan Tanggal Lahir : Tanah Abang, 10 Oktober 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan
Sebagai Media Edukasi Pemilu Pada Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 25 April 2024
membuat pernyataan,

Daeta Dwi Putra
NIM. 07031282025118

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Cobalah banyak hal untuk kamu lakukan sejatinya setiap hal yang dilakukan akan membawa pembelajaran baru dan jangan takut akan kegagalan, kegagalan ada untuk mengajarkan kegigihan dan kesabaran kita, lebih baik gagal setelah mencoba daripada hanya berpikir keras tapi tidak direalisasikan”.

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S Al Insyirah: 5-6)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

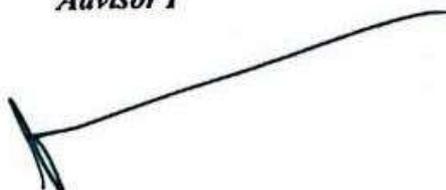
1. Kedua orangtua saya, Bapak Syamsul Riwandi dan Ibu Rusdiana, S.Pd.
2. kelima saudara-saudari saya, Ria Anggraini, Yessi Novitasari, Septa Yudha Pratama, Risna Gusti Pertiwi, dan Parel Tri Gusti.
3. seluruh dosen dan pegawai FISIP UNSRI.
4. Seluruh orang yang telah menemani dan mendukung saya selama menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya.
5. Almamater kuning kebanggaan saya.
6. Diriku sendiri.

ABSTRACT

The General Election Commission (KPU) of South Sumatra Province is one of the bodies tasked with holding general elections in the province of South Sumatra. Ahead of the 2024 election, as the election organizing body, the South Sumatra Provincial KPU should be tasked with providing election education to the public, one of which is using Instagram. This research aims to find out how to optimize the South Sumatra Province KPU's Instagram as an educational medium for the community. Research data was obtained from interviews, observations and documentation studies regarding the South Sumatra Province KPU Instagram as an educational medium using descriptive qualitative research methods. This research uses the circular model of some theory, divided into four dimensions, namely share, manage, optimize, and engage. The results of this research show how to manage Instagram as an educational medium for the KPU of South Sumatra Province by creating various content such as reels, photos, videos, infographics, flyers which go through a verification process for eligibility to be uploaded. Instagram monitoring is also carried out through the insight feature so that you can find out reach, follower growth, account engagement, and even the age groups that access Instagram. The lack of permanent use of influencers on Instagram has made the South Sumatra Provincial KPU present figures who have a special appeal to the public. Collaboration was carried out with government agencies and students in South Sumatra Province in disseminating election educational information to the public.

Keyword: Elections, Instagram, KPU, Optimization, South Sumatra.

Advisor I



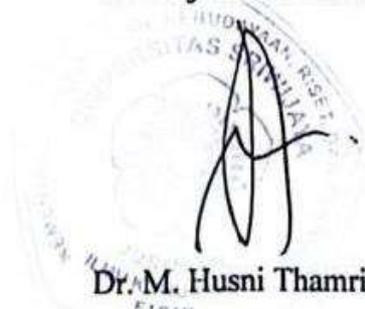
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Advisor II



Krisna Murti, S.Ikom., MA
NIP. 198807252019031010

Head of Communication Science

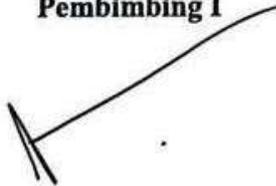
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu badan yang bertugas untuk menyelenggarakan pemilihan umum di provinsi Sumatera Selatan. Menjelang pemilu 2024 sebagai badan penyelenggara pemilu sudah seharusnya KPU Provinsi Sumatera Selatan bertugas untuk menyampaikan edukasi pemilu pada masyarakat dengan salah satunya menggunakan media instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan sebagai media edukasi pada masyarakat. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi terkait instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan sebagai media edukasi dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori *the circular model of some*, terbagi menjadi empat dimensi yakni *share, manage, optimize, dan engage*. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam mengelola instagram sebagai media edukasi KPU Provinsi Sumatera Selatan dengan membuat konten yang beragam seperti *reels*, foto, video, infografis, *flyer* yang melalui proses verifikasi kelayakan untuk diunggah. Monitoring instagram juga dilakukan melalui fitur *insight* sehingga dapat mengetahui jangkauan, pertumbuhan pengikut, keterlibatan akun, bahkan kelompok umur yang mengakses instagram. Belum adanya penggunaan *influencer* tetap pada instagram membuat KPU Provinsi Sumatera Selatan menghadirkan sosok-sosok yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Kolaborasi dilakukan bersama instansi-instansi pemerintah dan mahasiswa yang ada di Provinsi Sumatera Selatan dalam penyebaran informasi edukasi pemilu pada masyarakat.

Kata Kunci: Instagram, KPU, Optimalisasi, Pemilu, Sumatera Selatan

Pembimbing I



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II



Krisna Murti, S.Ikom., MA
NIP. 198807252019031010

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, Asalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan segala rahmat dan karunia Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan limpahan kasih sayang dan petunjuk-Nya kepada hambanya yang lemah dan tidak berdaya ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, utusan Allah yang menjadi teladan bagi umat manusia. Penelitian ini disusun dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan untuk menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan Sebagai Media Edukasi Pemilu Pada Masyarakat”. Penelitian ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pada penulisan skripsi ini penulis mengalami berbagai hambatan yang akhirnya bisa dilewati berkat pertolongan Allah SWT serta dukungan dan semangat dari orang-orang tercinta yang terlibat langsung dalam perjalanan pembuatan skripsi ini. Oleh karena ini peneliti ini mengucapkan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dan bertahan sampai saat ini, peneliti ingin memberikan jutaan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada kedua orangtua peneliti yakni Bapak Syamsul Riwandi dan Ibu Rusdiana terimakasih telah menjadi sosok orangtua yang hebat yang telah membawa anaknya sampai sejauh ini, sosok yang selalu mendukung peneliti dalam keadaan apapun, sosok yang tak pandai mengungkapkan rasa sayang secara langsung namun ditunjukkan lewat tindakan, sosok pahlawan bagi peneliti sehingga peneliti dapat kuat dan bertahan sampai sekarang ini. Peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada kelima saudara-saudari peneliti yakni Ria Anggraini, Yessy Novita Sari, Septa Yudha Pratama, Risna Gusti Pertiwi, dan Parel Tri Gusti terimakasih telah menjadi sosok saudara yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan suportif dalam hal kebaikan, sejak peneliti kecil sampai sekarang

selalu sigap membantu dan menolong peneliti dalam keadaan apapun, bersyukur kepada Allah SWT yang telah mengirimkan saudara sebaik ini.

Selanjutnya peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya untuk seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi dan telah memberikan berbagai pelajaran serta pengalaman selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya, terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si selaku rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, S.I.P., M.Si Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi serta dukungan dan masukan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Krisna Murti, S.Ikom., MA selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi serta dukungan dan masukan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Febrimarani Malinda, S.Sos., MA selaku Pembimbing Akademik yang selalu membantu peneliti dalam proses perkuliahan dari awal kuliah sampai saat ini.
7. Mbak Elvira Humairah selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu membantu peneliti dalam segala hal urusan yang berkaitan dengan administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama menjalani masa pendidikan maupun pada saat proses penelitian.
9. Seluruh staf dan karyawan FISIP UNSRI yang telah membantu dalam mengurus surat-surat kelengkapan Selama menjalani masa pendidikan maupun pada saat proses penelitian.
10. Ibu Herlis Miyanah dan Yuk Rini dari KPU Provinsi Sumatera Selatan yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk menjadi informan kunci

dalam memberikan informasi serta data pada skripsi peneliti serta seluruh informan pendukung yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

11. Risna Gusti Pertiwi selaku kakak peneliti terimakasih telah menjadi kakak yang baik dalam segala hal, kakak yang sekaligus menjadi sahabat peneliti, kakak yang menjadi tempat berbagi cerita dan mengadu, kakak yang selalu mendukung dalam hal-hal positif, kakak yang selalu peduli keadaan tanpa diberi tahu, kakak yang menemani peneliti sekolah sejak SMA sampai kuliah, kakak yang mengajarkan banyak hal kehidupan, terimakasih untuk seluruh waktu, tenaga, biaya, pikiran yang telah diberikan kepada peneliti.
12. Charlen Hafiz Masato, Aqatar Naransyah, Nabil Pranathan, Aan Saputra terimakasih telah menjadi saudara dan keponakan yang memberikan hiburan, keceriaan, tawa riang, kegembiraan sehingga peneliti menjadi lebih semangat dalam mengerjakan skripsi.
13. Margono, Muhammad Iqbal Samudra, Sumita Oktari, M. Fachran Reza, Nurjana, Adian Fazar, Irham Emiran, Fahmi Fauzan, Iqbal Oktariyansah, Anita Juli, Teman-teman seperjuangan peneliti selama berkuliah yang telah mendukung, menemani, memberikan pelajaran, membuat warna baru pada peneliti selama menempuh pendidikan di universitas sriwijaya.
14. Julia Ayu Sundari dan Hermalia Hapsari, sobat KLR yang receh, humoris yang selalu menghibur peneliti dan tempat berbagi cerita dalam masa-masa perkuliahan.
15. Annisa Tri Wahyuni, Mutiara Arini, Bunga Monika, Rahmad Dorojathun terimakasih telah memberikan energi positif di masa akhir perkuliahan ini yang membuat peneliti menjadi semangat dalam mengerjakan skripsi.
16. Ardi, Gilang, Rani, Citra, Vegita, Aka, Shafa, Ninin, Bunga P, Fiqi, Berlin, Ecak, Repli, Fikri, Mael, terimakasih telah menjadi teman yang *supportif*, teman yang memberikan semangat, dukungan, motivasi dan banyak memberikan pengalaman serta pembelajaran hidup di masa perkuliahan ini.
17. KM Muba, Kadiksri, dan Cogito, organisasi yang menjadi rumah kedua peneliti dengan segala kehangatan dan kenyamanannya, terimakasih untuk

seluruh pengalaman dan pembelajaran yang telah didapatkan peneliti selama berkuliah, bangga menjadi bagian dari organisasi ini.

18. Teman- teman kelas C Indralaya dan kelas konsentrasi hubungan masyarakat angkatan 2020 terimakasih untuk kebersamaan, kekeluargaan, kekompakan serta pengalaman dan cerita indah yang telah diukir bersama sejak awal perkuliahan sampai detik ini, bangga dapat mengenal kalian.

19. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, tentu terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, oleh karena itu saran dan kritik sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Aamiin Ya Rabbal'alam, Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Indralaya, 22 April 2024

Daeta Dwi Putra

NIM. 07031282025118

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR SINGKATAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.2 <i>Public Relation</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Public Relation</i>	15
2.2.2 Peran <i>Public Relation</i>	16
2.2.3 Tujuan & Fungsi <i>Public Relation</i>	17
2.2.4 <i>Public Relation</i> Pemerintah	18
2.3 Instagram.....	21

2.3.1 Pengertian Instagram	21
2.3.2 Fitur-Fitur Instagram.....	22
2.4 Edukasi Pemilihan Umum	25
2.4.1 Edukasi.....	25
2.4.2 Pemilihan Umum	25
2.5 Teori Yang Digunakan	29
2.6 Kerangka Teori.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	31
2.8 Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Definisi Konsep.....	41
3.3 Fokus Penelitian	43
3.4 Unit Analisis	46
3.4.1 Unit Observasi	47
3.5 Informan Penelitian.....	47
3.5.1 Key Informant.....	47
3.5.2 Informan Pendukung.....	48
3.6 Data dan Sumber Data	48
3.6.1 Data.....	49
3.6.2 Sumber Data	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data	51
3.7.1 Wawancara.....	51
3.7.2 Observasi	52
3.7.3 Studi Dokumentasi.....	53
3.8 Teknik Keabsahan Data	53

3.9 Teknik Analisis Data	54
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	57
4.1 Profil Instansi	57
4.1.1 Instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan	57
4.2.1 Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sumatera Selatan	58
4.2.2 Sejarah Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan	59
4.2.3 Tugas dan Wewenang Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan.....	63
4.3 Visi dan Misi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan.....	65
4.4 Logo Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan	66
4.5 Struktur Organisasi KPU Provinsi Sumatera Selatan	67
4.6 Profil informan	68
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	73
5.1.1 <i>Share</i> (Berbagi)	75
5.1.1.1 <i>Participate</i> (Partisipasi)	79
5.1.1.2 <i>Connect</i> (Koneksi)	83
5.1.1.3 <i>Build Trust</i> (Membangun Kepercayaan).....	89
5.1.2 <i>Optimize</i> (Optimal).....	94
5.1.2.1 <i>Listen and Learn</i>	95
5.1.2.2 <i>Take Part in Authentic Communication</i>	100
5.1.3 <i>Manage</i> (Mengelola).....	106
5.1.3.1 <i>Media Monitoring</i>	108
5.1.3.2 <i>Quick Response</i>	116
5.1.4 <i>Engage</i> (Melibatkan).....	122
5.1.4.1 <i>Influencer</i>	124
5.1.4.2 <i>Interactivity</i>	126

5.1.4.3 <i>Collaboration</i>	129
BAB VI PENUTUP	141
6.1 Kesimpulan	141
6.2 Saran.....	144
6.2.1 Saran Akademis	144
6.2.2 Saran Aplikatif.....	144
DAFTAR PUSTAKA	146

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 2.2 Fokus Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	68
Tabel 5.1 Temuan Dimensi <i>Share</i>	77
Tabel 5.2 Temuan Dimensi <i>Optimize</i>	95
Tabel 5.3 Temuan Dimensi <i>Manage</i>	107
Tabel 5.4 Temuan Dimensi <i>Engage</i>	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna Internet Periode 2022-2023.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pemilih Pemilu 2024.....	7
Gambar 1.3 Media Sosial yang Sering Digunakan.....	10
Gambar 1.4 Tampilan Instagram KPU Provinsi Sumsel.....	11
Gambar 2.1 konsep <i>The Circular Model of SOME</i>	29
Gambar 2.2 Alur Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Logo Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan.....	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi KPU Provinsi Sumatera Selatan.....	67
Gambar 4.3 Dokumentasi dengan Informan Kunci 1.....	69
Gambar 4.4 Dokumentasi dengan Informan Kunci 2.....	70
Gambar 4.5 Dokumentasi dengan Informan Pendukung 1.....	70
Gambar 4.6 Dokumentasi dengan Informan Pendukung 2.....	71
Gambar 4.7 Dokumentasi dengan Informan Pendukung 3.....	71
Gambar 4.8 Dokumentasi dengan Informan Pendukung 4.....	72
Gambar 5.1 Contoh Penyebaran Konten Edukasi Pemilu di Instagram @Kpuprovincisumsel.....	82
Gambar 5.2 Rentang Usia yang Paling Banyak Mengakses Instagram @Kpuprovincisumsel.....	88
Gambar 5.3 Tautan <i>Linktr.ee</i> di Profil Instagram @Kpuprovincisumsel.....	92
Gambar 5.4 Konten yang Menyesuaikan Tren dengan Penggunaan Audio Visual.....	99
Gambar 5.5 Panggilan Khusus Instagram @Kpuprovincisumsel Kepada Para Pengikut yakni #TemanPemilih Pada Setiap Unggahan	104

Gambar 5.6 <i>Insight</i> Instagram @Kpuprovincisumsel.....	111
Gambar 5.7 Komentar yang Masuk Pada Unggahan Edukasi yang Direspon dan Tidak Direspon Oleh Admin.....	118
Gambar 5.8 <i>Live Streaming</i> di Instagram @Kpuprovincisumsel.....	121
Gambar 5.9 Sosok Ketua KPU RI di Instagram @Kpuprovincisumsel.....	125
Gambar 5.10 Konten Interaktif <i>Quiz</i> yang Dibuat KPU Sumsel.....	128
Gambar 5.11 Konten Edukasi Hoaks Pemilu yang Diunggah Instagram Kominfo Palembang.....	131
Gambar 5.12 Konten Kolaborasi KPU Sumsel Bersama Mahasiswa.....	132
Gambar 5.13 Konten Edukasi Pemilu Pada Akun KPU Kota Prabumulih.....	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	151
Lampiran 2 <i>Field Note</i> Wawancara.....	154
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	160
Lampiran 4 Hasil Monitoring Instagram Melalui Fitur <i>Insight</i>	203
Lampiran 5 Konten yang Berisikan Edukasi Pemilu Pada Instagram.....	206
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara.....	209
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian KPU Provinsi Sumatera Selatan.....	211
Lampiran 8 Surat Balasan KPU Provinsi Sumatera Selatan.....	212
Lampiran 9 Hasil Tes Plagiat Perpustakaan Universitas Sriwijaya.....	213

DAFTAR SINGKATAN

APJII	: Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilu
BPS	: Badan Pusat Statistik
Caleg	: Calon Legislatif
Dll	: Dan lain-lain
<i>Dm</i>	: <i>Direct Message</i>
DPD	: Dewan Perwakilan Daerah
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
Golput	: Golongan Putih
Humas	: Hubungan Masyarakat
IG	: Instagram
Jurdil	: Jujur dan Adil
Kab	: Kabupaten
Kasubbag	: Kepala Sub Bagian
Kominfo	: Komunikasi dan Informasi
KPPS	: Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
LPU	: Lembaga Pemilihan Umum
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
Luber	: Langsung, Umum, Bebas, dan Rahasia

Medsos	: Media Sosial
Pantarlih	: Petugas Pemutakhiran Data Pemilih
Parhumas	: Partisipasi dan Hubungan Masyarakat
PAW	: Pengganti Antar Waktu
Pemilu	: Pemilihan Umum
Permenpan	: Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum
PPI	: Panitia Pemilihan Indonesia
PPID	: Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi
PPK	: Panitia Pemilih Kecamatan
PPLN	: Panitia Pemilihan Luar Negeri
PR	: <i>Public Relation</i>
RRI	: Radio Republik Indonesia
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga
SDM	: Sumber Daya Manusia
Sumsel	: Sumatera Selatan
TPS	: Tempat Pemungutan Suara
TVRI	: Televisi Republik Indonesia
UMKM	: Usaha Mikro Kecil Menengah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern ini, perkembangan teknologi menjadi sesuatu yang tak terelakkan. Dengan semakin banyaknya fitur dan kegunaan, teknologi modern mulai memudahkan aktivitas manusia di berbagai sektor, termasuk komunikasi. Mulai dari perangkat keras seperti komputer dan smartphone, hingga bentuk digital seperti internet dan media sosial, teknologi modern secara bertahap mengubah cara dan kebiasaan komunikasi masyarakat. Luasnya jangkauan internet dan media sosial dalam menyebarkan informasi dan menjalin hubungan tanpa batas ruang dan waktu telah menarik perhatian banyak pihak, termasuk para praktisi Public Relations (PR) atau Humas, baik di instansi pemerintah maupun perusahaan swasta, untuk memanfaatkan media tersebut guna mendukung interaksi mereka dengan publik.

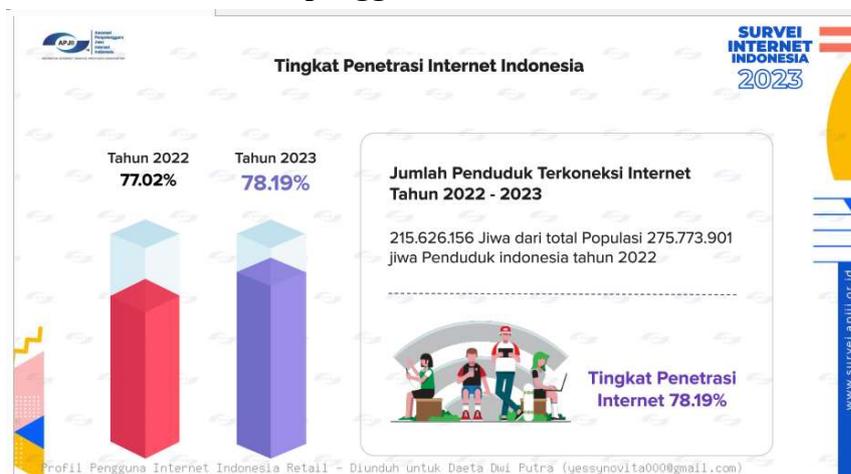
Perkembangan teknologi pada era modern saat ini memberikan efek signifikan yang dibuktikan dengan peningkatan arus informasi dan komunikasi dimana teknologi dimanfaatkan masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan dan menjadikan teknologi sebagai kebutuhan pokok saat ini. Melalui keterbukaan teknologi ini menjadi salah satu cara ampuh masyarakat dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan terutama mengenai layanan informasi publik. Adanya perkembangan pada bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi faktor dalam memajukan layanan informasi publik dengan media.

Internet merupakan aset penting bagi PR (*Public Relations*) sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjalankan program-programnya melalui situs

web perusahaan atau media sosial. Untuk mendapatkan opini publik yang positif dan menguntungkan, perusahaan harus bersikap simpatik dan terbuka terhadap saran, kritik, atau opini dari publik. Publik akan mengandalkan PR sebagai sumber informasi yang tidak disajikan di surat kabar dan media massa lainnya.

Berdasarkan Survei yang telah dijalankan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia periode 2022-2023 mencatat bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. Jika dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen.

Gambar 1.1 Data pengguna Internet Periode 2022-2023



Sumber: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> (diakses pada 03 Oktober 2023)

Melalui data pengguna internet di atas, menunjukkan bahwa internet mengalami perkembangan yang meningkat dimana ini masih didorong oleh penggunaan internet yang kian jadi kebutuhan masyarakat untuk memenuhi

kebutuhan mendapatkan informasi/berita yang terkini. Tentunya ini tidak terlepas dari metode kerja seorang *public relation* dalam dunia maya untuk mempermudah kerja dari seorang PR dalam penyebaran informasi untuk mengedukasi masyarakat.

Penggunaan media sosial dianggap sebagai langkah yang efektif dan efisien karena lebih mudah diakses, cepat, dan berbiaya rendah. Keefektifannya juga didukung oleh kemampuannya dalam menyampaikan pesan yang selalu diperbarui dan dapat langsung menjangkau sasaran, serta menerima umpan balik secara langsung melalui chat online atau kolom komentar. Publik yang dapat dijadikan target oleh *public relations* dalam membangun hubungan melalui media sosial termasuk para pemangku kepentingan, pemerintah, dan masyarakat umum.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan tren di kalangan praktisi humas yang kini memanfaatkan media sosial, humas KPU Sumatera Selatan, sebagai lembaga pemerintah, dituntut untuk beradaptasi agar dapat menjalankan tugas dan kegiatannya dengan baik. Hal ini sejalan dengan Pasal 6 Bab III Permenpan no 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di lingkungan Instansi Pemerintah, yang menyatakan bahwa “Fungsi Humas Pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan”.

Pengelolaan media sosial sebagai media informasi juga merupakan bentuk aplikasi dari Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menyatakan bahwa negara menjamin hak warga negara untuk

mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.

Media sosial telah memainkan peran yang semakin besar dan signifikan dalam politik di seluruh dunia terkhusus di Indonesia. Beberapa peran utama media sosial dalam politik:

1. Mobilisasi Pemilih

Media sosial memainkan peran penting dalam mobilisasi pemilih. Partai politik dan kelompok aktivis dapat menggunakan platform tersebut untuk mengajak orang untuk memberikan suara dan berpartisipasi dalam proses politik.

2. Pemberian Informasi

Media sosial menyediakan saluran untuk menyebarkan informasi politik kepada masyarakat. Pemilih dapat memperoleh informasi tentang calon, platform politik, dan isu-isu terkini dengan cepat dan mudah.

3. Pemberian Suara Publik

Media sosial memungkinkan pemilih untuk mengungkapkan pendapat mereka tentang isu-isu politik dan kandidat. Ini bisa melalui komentar, "*like*" atau "*share*" pada unggahan, atau dengan menggunakan hashtag terkait.

4. Keterlibatan Politik Generasi Muda: Media sosial sering kali menjadi alat yang efektif untuk mengajak generasi muda untuk terlibat dalam politik. Mereka merasa lebih nyaman berinteraksi dengan isu-isu politik melalui platform-media sosial.

5. Kampanye Sosial: Media sosial telah menjadi alat utama untuk kampanye sosial dan gerakan politik. Kampanye seperti Gerakan Hak Sipil dan gerakan pro-demokrasi di beberapa negara telah menggunakan media sosial untuk mengorganisasi dan menyebarkan pesan mereka.

Optimalisasi media sosial oleh sebuah instansi sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas dan cepat. Menurut Luttrell (2019) penggunaan media sosial memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi. Optimalisasi Instagram sebagai media informasi edukasi juga menunjukkan bagaimana instansi pemerintahan mengikuti perkembangan zaman. Manfaat dan keuntungan dari pemanfaatan maksimal media sosial oleh instansi pemerintah dapat berdampak positif bagi kemajuan instansi tersebut.

Komisi Pemilihan Umum adalah sebuah lembaga negara yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan proses pemilihan umum di suatu negara. Tugas utama Komisi Pemilihan Umum adalah mengorganisir, mengawasi, dan melaksanakan berbagai jenis pemilihan umum, seperti pemilihan presiden, pemilihan legislatif, pemilihan kepala daerah, dan pemilihan-pemilihan lainnya sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Setiap provinsi biasanya memiliki Komisi Pemilihan Umum sendiri yang beroperasi sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku, termasuk Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan. Komisi Pemilihan Umum merupakan lembaga penting dalam demokrasi karena memastikan bahwa proses pemilihan umum berlangsung dengan baik dan bahwa suara rakyat dapat diwujudkan dengan adil.

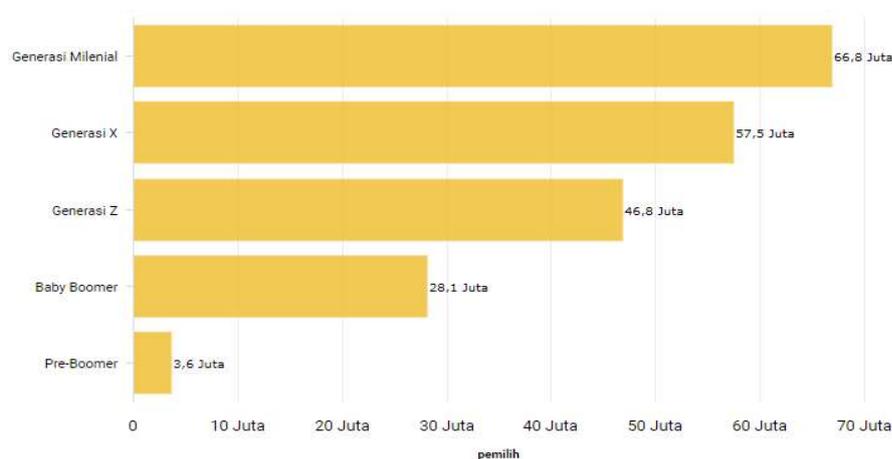
Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan adalah salah satu pilar demokrasi yang kuat di tingkat provinsi. Dengan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya secara profesional dan transparan, dibantu oleh divisi humas, Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan selalu membantu menjaga integritas dan kualitas sistem demokrasi di provinsi ini, memastikan bahwa suara rakyat Sumatera Selatan dapat diwujudkan dengan benar dalam pengambilan keputusan politik di tingkat provinsi.

Tahun 2024 Indonesia bakal melaksanakan pesta rakyat yang dinamakan pemilu, sebagai negara demokrasi Pemilu (Pemilihan Umum) memiliki peran yang sangat penting dalam sistem demokrasi. Pemilu adalah salah satu elemen dasar dari sistem demokrasi. Dalam demokrasi, kekuasaan politik berasal dari rakyat, dan pemilu adalah cara di mana rakyat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan politik dengan memilih wakil-wakil mereka. Pemilu juga akan Menentukan Pemimpin dan Pemerintahan, melalui pemilu rakyat memiliki kekuatan untuk memilih para pemimpin mereka, seperti presiden, anggota parlemen, gubernur, dan walikota. Pemilu juga menentukan komposisi pemerintahan yang akan memimpin negara atau wilayah tersebut. Pemilu yang adil, terbuka, dan transparan adalah pijakan utama dari sistem demokrasi yang sehat. Ini akan memberikan suara kepada rakyat dan menghasilkan pemerintahan yang mewakili kepentingan dan aspirasi rakyat. Oleh karena itu, pemilu adalah salah satu pilar utama dalam menjaga integritas dan keberlanjutan demokrasi.

Dengan semakin dekatnya pelaksanaan pemilihan umum 2024, sebagai negara demokrasi minat masyarakat terhadap jalannya kepemiluan tentu meningkat dengan sangat pesat. Informasi mengenai tahapan-tahapan pemilu, hak dari

pemilih, proses dalam jalannya pemilu, penggunaan hak suara, pencoblosan surat suara, partai-partai yang mengikuti pemilu, nama-nama yang terdaftar sebagai calon wakil rakyat, visi misi presiden bahkan sampai ke program kerja dari calon-calon presiden dan wakil rakyat menjadi semakin dicari oleh masyarakat, dalam rangka pemenuhan kebutuhan warga negara yang baik dalam menjalankan pemilu 2024. Komisi Pemilihan Umum (KPU) tersendiri telah menetapkan daftar pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 dengan hasil DPT (Daftar Pemilih Tetap) sebanyak 204.807.222 juta pemilih.

Gambar 1.2 Jumlah Pemilih Pemilu 2024 Berdasarkan Kelompok usianya



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada 03 Oktober 2023)

Berdasarkan rekapitulasi yang ditetapkan oleh KPU, jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 mencapai 204.807.222 orang. Mayoritas pemilih didominasi oleh generasi Z dan milenial. Dari total pemilih, 66.822.389 orang atau 33,60% adalah dari generasi milenial, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1980 hingga 1994. Sedangkan generasi Z, yang lahir mulai tahun 1995 hingga 2000-an, terdiri dari 46.800.161 pemilih atau 22,85% dari total DPT. Secara keseluruhan, pemilih dari kedua generasi ini berjumlah lebih dari 113 juta, atau 56,45% dari total

pemilih. Selain itu, generasi X yang lahir antara tahun 1965 hingga 1979, mencakup 57.486.482 pemilih atau 28,07% dari total. Sisanya, sebanyak 3.570.850 pemilih atau 1,74%, berasal dari generasi pre-boomer, yakni mereka yang lahir sebelum tahun 1944. Dimana 204 juta pemilu ini ditetapkan oleh KPU setelah proses merekapitulasi hasil penetapan DPT yang dilakukan seluruh KPU kabupaten/kota dan PPLN pada 20-21 Juni 2023.

Terkhusus di Provinsi Sumatera Selatan DPT berjumlah 6.326.348 pemilih yang telah ditetapkan oleh KPU dengan rincian terdiri dari laki-laki 3.192.292 dan perempuan 3.134.056 hal ini mengalami peningkatan dari pemilu 2019 dimana Pada tahun 2019 jumlah DPT-nya sebanyak 5.800.000-an jadi ada penambahan sekitar 500.000 dari DPT 2019 ke tahun 2024. Dari jumlah DPT tersebut kelompok yang mendominasi adalah gen milenial dan gen Z mencapai 3.442.205 atau 54,09 persen dari total pemilih. Dengan banyaknya pemilih dari kalangan milenial dan gen Z kelompok tersebut memiliki kemampuan dan wawasan yang lebih baik, dan sebagian besar dari mereka pengguna media sosial yang mana pentingnya pengelolaan media sosial untuk dapat mengedukasi pemilu pada pemilih yang ada di Provinsi Sumatera Selatan serta dengan pengelolaan media sosial yang baik akan muncul keterlibatan dan peran aktif masyarakat dalam setiap tahapan Pemilu 2024 sehingga akan diharapkan agar tercipta kualitas pemilihan umum berkualitas. Hasil rekapitulasi KPU menyebutkan bahwa daftar pemilih tetap provinsi Sumatera Selatan dominan berasal dari generasi milenial dan generasi Z dimana suara dari kedua generasi ini mencapai 54,09% (KPU, 2023)

Berdasarkan hasil rekapitulasi yang telah dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada pemilu 2019 mencatat bahwa jumlah masyarakat yang golput

(tidak menggunakan hak suaranya) sebanyak 34,75 juta atau sekitar 18,02% dari total pemilih yang terdaftar. Hasil BPS mencatat bahwa pada provinsi Sumatera Selatan partisipasi pemilu 2019 sebesar 81,4% dimana 18,6% yang berarti 1.123.406 pemilih yang terdaftar tidak menggunakan hak suaranya alias golput.

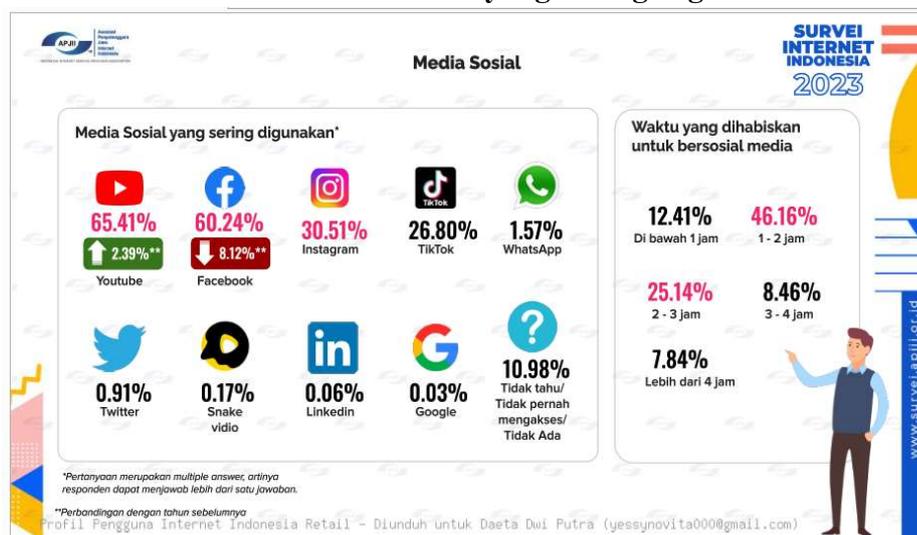
Salah satu media yang aktif digunakan oleh humas KPU Sumatera Selatan dalam memberikan informasi kepada masyarakat adalah media sosial. humas KPU Sumatera Selatan memiliki enam media sosial, yaitu facebook, twitter, instagram, tiktok, youtube, dan website. Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti, dari keenam media sosial tersebut terbilang aktif semua dalam mengunggah kontennya. Hanya saja untuk media sosial Instagram mempunyai pengikut yang paling banyak diantara kelima lainnya yaitu berjumlah 10,1 ribu pengikut, lalu diikuti Facebook dengan jumlah 3,6 ribu pengikut, disusul oleh Youtube di posisi ketiga dengan jumlah 2,39 ribu subscriber, lalu ada Twitter di posisi keempat dengan jumlah pengikut 1,2 ribu, posisi kelima ada Tiktok dengan jumlah pengikut 1,1 ribu dan terakhir website yang hanya bisa diketahui jumlah pengunjung harian, yang diperkirakan pengikut dari keenam media sosial tersebut akan terus bertambah.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet (APJI) pada tahun 2023, menjelaskan Instagram menjadi media sosial ketiga setelah Youtube dan Facebook dengan persentase paling sering digunakan sebesar 30,51%.

Berdasarkan hasil data yang ditemukan oleh peneliti mengenai akun media sosial resmi yang digunakan humas KPU Sumatera Selatan, peneliti menjadikan media sosial Instagram sebagai pilihan dengan alasan, media sosial Instagram mempunyai pengikut paling banyak dibanding keempat media sosial lainnya.

Selain itu, Instagram menjadi media sosial Instagram yang sangat umum dengan jangkauan yang sangat luas sehingga dalam menyebarkan informasi mengenai segala aktivitas serta kebijakan pada pemerintahan dimana instagram memiliki berbagai fitur seperti unggah gambar, video, *stories*, IG TV, dan *live streaming*, yang dapat digunakan sebagai media edukasi, dan juga instagram merupakan media sosial populer urutan tiga yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Gambar 1.3 Media Sosial yang Sering Digunakan



Sumber: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> (diakses pada 03 Oktober 2023)

Berdasarkan hasil pra-riset yang telah dilakukan di KPU Provinsi Sumatera Selatan bahwasanya KPU Provinsi Sumsel hanya memiliki satu admin yang mengelola seluruh media sosial yang ada dikarenakan kurangnya SDM pada bagian pengelolaan ini, dikarenakan itu instagram dijadikan media utama dalam penyebaran informasi edukasi pemilu masyarakat dikarenakan mudahnya dalam penyebaran informasi dan banyaknya masyarakat yang menggunakan instagram.

Melalui hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai akun instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan, peneliti mendapatkan data dalam

rentang tanggal 1 Januari 2023-14 Februari 2024 instagram KPU telah mengunggah sebanyak 1387 unggahan yang terdiri dari foto, *reels*, dan ig tv dimana unggahan yang diunggah beragam mulai dari informasi pemilu (rekapitulasi, persyaratan, penerimaan berkas, edukasi, dll), peringatan hari-hari besar, ucapan selamat pada petinggi/pejabat, sosialisasi, *press release*, himbauan dan hiburan. Instagram juga menjadi media sosial paling signifikan perkembangannya dalam masa menjelang pemilu ini, terbukti dengan hasil *insight* pada instagram *business* yang terlampir pada lampiran yang menunjukkan instagram mengalami perkembangan yang pesat dengan jangkauan yang luas pada masyarakat.

Gambar 1.4 Tampilan Instagram KPU Provinsi Sumsel



Sumber: Instagram @kpuprovincisumsel

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti dari 1387 unggahan yang telah diunggah instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan dari rentang 1 Januari 2023-14 Februari 2024 hanya terdapat 88 konten yang berisikan edukasi kepada masyarakat terkait pemilu (informasi cek daftar pemilih tetap, mengajak masyarakat tidak golput, mensosialisasikan pentingnya hak suara,

informasi edukasi pada pemilih pemula, dll) jika dipersentasekan konten yang bersifat edukasi pada instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan sebesar 6,34% dimana tentunya dibutuhkan pengoptimalan konten edukasi.

Sebagai media sosial dengan pengikut terbanyak instagram KPU provinsi Sumatera Selatan perlu dioptimalkan konten berbaur edukasi untuk dapat mengedukasi pemilu bagi masyarakat sehingga dapat tercipta masyarakat yang melek akan pemilu dan dapat menggunakan hak suaranya dalam pemilu, ini juga didukung bahwasanya pemilih tetap di pada tahun 2024 di Provinsi Sumatera Selatan ini didominasi oleh generasi milenial dan gen z dengan persentase sebesar 64,14 % pemilih dimana mengacu pada survey yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, kedua generasi ini adalah generasi pengguna internet paling banyak dengan persentase sebesar 65,76% pengguna, dimana kedua generasi ini generasi yang melek akan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial sehingga dibutuhkan sebuah media yang dapat memberikan edukasi secara masif untuk menciptakan pemilu yang sehat dan berkualitas.

Melihat instagram sangat berperan signifikan dalam pemilu, dibutuhkan optimalisasi instagram yang baik serta pemasifan informasi untuk memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat di Provinsi Sumatera Selatan serta menghindari *dis* informasi dan *miss informasi* berita menjelang pemilu 2024 sehingga masyarakat terlebih pemilih pemula mendapatkan edukasi pemilu yang baik sehingga tercipta pemilihan umum yang berkualitas.

Oleh sebab itu, dapat dilihat betapa pentingnya Humas KPU Sumatera Selatan untuk mampu mengedukasi mengenai pemilu dan memberikan informasi

kepada masyarakat dengan cepat. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan dukungan Humas KPU Sumatera Selatan dalam menjalankan media sosial instagram ini. Berdasarkan penjelasan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan Sebagai Media Edukasi Pemilu Pada Masyarakat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah yang ada di atas, penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana KPU Provinsi Sumatera Selatan dalam menjalankan instagram @Kpuprovincisumsel sebagai media edukasi pemilu pada masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana instagram KPU Provinsi Sumatera Selatan menjalankan instagram sebagai media edukasi pemilu pada masyarakat.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan diatas maka diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat pada para pembaca dan manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi empat, yakni manfaat teoritis, manfaat praktis, manfaat bagi peneliti, dan manfaat bagi perusahaan.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah, pemikiran, ide baru, serta sarana untuk memahami ilmu komunikasi mengenai peranan hubungan masyarakat dalam analisis Instagram sebagai media informasi dan edukasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi sumber wawasan baru bagi para praktisi sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi para pembaca dan menjadi landasan dalam mempraktikkan peranan hubungan masyarakat dalam menyampaikan informasi edukasi pada masyarakat.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti terkhusus pada jurusan ilmu komunikasi. Dengan melakukan beberapa tahapan penelitian hingga turun langsung ke lapangan dalam mencari data, diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan dalam penelitian.

1.4.4 Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan karena menjadi bahan tolak ukur dalam pengelolaan media sosial terkhusus instagram sebagai media edukasi dan informasi saat ini sehingga dapat terus melakukan yang terbaik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Jessica Lea. (2022). *The Circular Model Of Some Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram Forum Human Capital Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Jakarta). <http://repository.unj.ac.id/35628/>
- Almaida, F.A., Nugrahani, R. (2019). *Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francais Indonesia Bandung*. Universitas Telkom Bandung. Acta Diurna Vol 15 No 1.
- Asih, W. M., Muchtar, K., & Abidin, Y. Z. (2020). *Pengelolaan Digital Pr Dalam Mengemas Konten Dakwah Di Instagram @Masjidtrans*. Jurnal Riset Komunikasi, Vol 3(1).
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung. 9(1), 8- 17.
- Darmaningtyas, A.A., Syaifudin, A. (2022). *Strategi Manajemen Pengelolaan Media Sosial Sebagai Akun Publik: Analisis Model Komunikasi Akun Instagram @liputan.kendal.terkini*. Universitas Selamat Sri Kendal. Journal of Social and Political Science Volume 1 No. 2, 15-34.
- Edgecomb, C. (2013). *Build Trust Through Social Media in 5 Simple Ways*. <https://www.impactplus.com/blog/build-trust-through-social-media-in-5-simple-ways>.
- Frida, Kusumastuti. (2002). *Dasar-Dasar Humas, Edisi pertama*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- H.B. Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*. Surakarta: Sebelas Maret Press.
- Hajati, R., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). *Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @Indonesiabaik.Id*. MetaCommunication: Journal Of Communication Studies, Vol 3(2).

- Kottler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global
- Kpu.go.id. (2023). *Peran Media Berikan Edukasi tentang Pemilu Serentak 2024*. Diakses pada 10 Oktober 2023 dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11532/peran-media-berikan-edukasi-tentang-pemilu-serentak-2024>
- Kusrianto, Adi (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield.
- Luttrell, Regina. (2019). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. London: Rowman & Littlefield.
- Maudi, Erik, S. (2018). *Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara*. *Jurnal Komunikasi*, Vol 9(1). Retrieved dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). *Pengaruh Kampanye "let's Disconnect To Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia Official)* *Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indonesia Official*. Vol7(3).
- Muharam, K. A., Studi, P., Komunikasi, I., & Yogyakarta, U. M. (2022). *Pengelolaan Media Sosial KPU Kota Cilegon Sebagai Media Komunikasi : Studi Kasus KPU Kota Cilegon Banten Pilkada Tahun 2020*. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 6(1).
- Mulyana, S., Octavianti, M., Faradysa, N.Z. (2019). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi*. Universitas padjadjaran. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* Volume IX No. 1.

- Novianti, E., Nugraha, A.R., Komalasari, dkk. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)*. Universitas Padjadjaran. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Volume 11 Nomor 1, Januari-Juni 2020, p. 48-59.
- Parulian, Donald. 1997. *Menggugat Pemilu*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Putri, Gracia Yolanda. (2023). *5 Fitur Instagram Terpopuler 2023 dan Kegunaannya untuk Bisnis*. Diakses pada 17 Oktober dari <https://www.halokataalks.com/5-fitur-instagram-terpopuler-2023-kegunaannya-bisnis/>
- Priansa, Donni. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sakti, Bulan Cahya & M. Yulianto. (2018). *Penggunaan Media Sosial Intagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja*. *Interaksi Online*. Vol. 6 (4)
- Saleh, A & Wulan Furrie. (2020). *Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmas cilincing)*. *Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiemi. Jurnal Lugas* Vol. 4, No.1, Juni 2020.
- Sarasati & Dewi. (2022). *Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @pupukujang Sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero)*. Universitas Padjadjaran. : *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol.1, No.4.
- Siyoto, Shandu., Ali Sodik, M. (2015). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Issue March)*.
- Subekti, P., Hafiar, H., & Bakti, I. (2020). *Penggunaan Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah untuk mengoptimalkan destination branding Pangandaran*. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, Vol 4(2).

- Suprawoto. 2018. *Government Public Relation*. Jakarta: Prena Media Grup.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukur, N., Aqsa, & Risal, M. (2020). *Analisis Penggunaan Social Media Influencer untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Pengguna Instagram di Kota Palopo)*. Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Sumsel.kpu.go.id. (2022). *Sejarah KPU Provinsi Sumatera Selatan*. Diakses pada 15 Oktober 2023 dari <https://sumsel.kpu.go.id/page/read/31/sejarah-kpu-provinsi-sumatera-selatan>.
- Syadhana, J. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2020). *Perencanaan strategi media sosial akun Instagram @ peopleattiket oleh PT. Global Tiket Network*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol 5(1).
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.
- Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.