

Peran Instagram Dalam Membentuk Opini Publik Pada Kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Dprd) Sumatera Utara

Niscaya Hia¹, Eva Margareth Sarah, Intan Agusmiarni Hulu³

Universitas Sari Mutiara Indonesia

*Corresponding email: niscaya.hia30@gmail.com, evasarah.1989@gmail.com, intanmiarni@gmail.com

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses dalam membentuk opini publik pada kegiatan DPRD Sumatera Utara oleh @humasdprdsunut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data terdiri dari data primer didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan informan, yang terdiri dari Analisis Kebijakan Ahli Muda, staff publikasi dan masyarakat yang mengikuti akun instagram @humasdprdsunut, sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber jurnal, buku, dan internet. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dilakukan dengan terlebih dahulu mendatangi lokasi dan pengamatan terhadap fenomena. Teknik wawancara dilakukan dengan terstruktur dan menggunakan pedoman wawancara analisis data penelitian bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas DPRD Sumatera Utara melalui media instagram yang digunakan dalam membentuk opini publik pada kegiatan DPRD Sumatera Utara yang dimana melalui instagram tersebut masyarakat bisa mendapatkan informasi secara terbuka dan efektif. Dapat dilihat dari indikator media sosial diantaranya pemanfaatan media instagram, efektivitas informasi, kepercayaan, dan sentimen. Instagram Humas DPRD Sumatera Utara memberikan informasi terkait kinerja DPRD Sumatera Utara seperti melakukan kunjungan kerja, rapat dengar pendapat dan kegiatan DPRD Sumatera Utara lainnya. Dari unggahan yang diberikan oleh Humas DPRD Sumatera Utara maka Masyarakat dapat memberikan pendapat mereka melalui kolom komentar pada Instagram Humas DPRD Sumatera Utara tersebut.

Kata kunci: Peran Humas, Media Instagram, Informasi Efektif, Opini Publik

ABSTRACT- This study aims to determine how the process of forming public opinion on the activities of the North Sumatra DPRD by @humasdprdsunut. The research method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. Data sources consist of primary data obtained from the results of in-depth interviews with informants, consisting of Young Expert Policy Analysis, publication staff and the public who follow the @humasdprdsunut Instagram account, while secondary data are obtained from journals, books, and internet sources. The data collection method uses observation techniques carried out by first visiting the location and observing the phenomenon. The interview technique is carried out in a structured manner and uses interview guidelines for descriptive research data analysis. The results of the study indicate that the North Sumatra DPRD public relations through Instagram media is used in forming public opinion on the activities of the North Sumatra DPRD where through Instagram the public can get information openly and effectively. It can be seen from social media indicators including the use of Instagram media, information effectiveness, trust, and sentiment. The North Sumatra DPRD Public Relations Instagram provides information related to the performance of the North Sumatra DPRD such as conducting work visits, hearings and other North Sumatra DPRD activities. From the

upload provided by the Public Relations of the North Sumatra DPRD, the public can provide their opinions through the comments column on the Instagram of the North Sumatra DPRD Public Relations.

Keywords: Role of Public Relations, Instagram media, effective information, public opinion

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Platform ini memungkinkan orang untuk berkomunikasi dan memperoleh berbagai informasi dengan mudah. Semakin banyaknya Masyarakat yang menggunakan internet, komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang sangat efektif. Dampak dari hadirnya media sosial juga membawa perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital dan juga membuat komunikasi yang berlangsung menjadi efektif (Setiadi, 2016). Di antara banyaknya media sosial yang digunakan, Instagram menjadi media utama yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publiknya. Instagram dikenal sebagai aplikasi dari smartphone khusus untuk media sosial yang memiliki fungsi hamper sama dengan media sosial lainnya, namun perbedaannya terletak pada fitur penyebaran informasi dimana pada fitur itu penggunanya dapat mengkreasikan informasi tersebut sekreatif mungkin karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat informasi tersebut lebih menarik (Fujiwati, F.S & Raharja, M.R, 2021). Permini dan Atmaja (2022), menyatakan bahwa setiap Perusahaan, organisasi atau instansi pemerintahan umumnya memiliki berbagai divisi, salah satunya adalah divisi humas. Divisi ini bertugas menyampaikan informasi, baik untuk keperluan internal maupun eksternal, serta berperan sebagai penghubung antara pimpinan, karyawan, dan Masyarakat terkait berbagai kegiatan Perusahaan maupun instansi pemerintahan sesuai dengan preferensi publik. Keberadaan humas pada DPRD Sumatera Utara sangat diperlukan oleh Masyarakat Sumatera utara selaku penyambung aspirasi Masyarakat. humas wajib dapat menghasilkan, membangun, melindungi dan meningkatkan ikatan yang harmonis dengan Masyarakat supaya terbentuk citra yang terpuji (Eko Suharyanto & Yunus, 2021). Media Instagram yang menjadi salah satu media yang digunakan oleh humas untuk menyampaikan berbagai informasi akan dapat membentuk opini publik dari apa kegiatan yang telah dilaksanakan yang sudah di posting di akun media humas suatu Lembaga atau instansi tersebut.

KAJIAN TEORI

1. *New media*

New media atau Media baru merupakan istilah yang ditujukan terkait kemunculan era digital dengan hadirnya komputer serta jejaring teknologi komunikasi yang dimulai pada akhir abad ke-20. Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3rd Edition* Terry Flew menyatakan, *new media* merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi yang digital. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dinyatakan bahwa konsep dari perkembangan *new media* tidak dapat terlepas dari kemunculan internet dan globalisasi teknologi informasi. *New media* atau media baru memiliki keterkaitan erat dengan teknologi. Bahkan, kehadiran teknologi dianggap sebagai yang memunculkan media baru tersebut. Menurut Vin Crosbie dalam artikel *What is new media?* menyatakan tiga media komunikasi yaitu: (a) Media interpersonal yang disebut *one to one*. Yaitu memungkinkan seseorang saling komunikasi atau tukar informasi dengan seseorang lainnya. (b) Media komunikasi sebagai massa media. Disini media juga digunakan sebagai sarana menyebarluaskan informasi dari satu orang ke banyak orang (*one to many*) sebagaimana prinsip dari komunikasi massa itu sendiri. (c) Media komunikasi disebut *new media*. Yaitu media baru sebagai percepatan sekaligus penyempurnaan dari dua media sebelumnya. Media baru digunakan untuk mengkomunikasikan ide ataupun informasi dari banyak orang ke banyak orang lainnya (*many to many*).

2. Teori Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Banyak definisi media sosial yang diungkapkan oleh para ahli, salah satunya menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial merupakan sebagai Kumpulan perangkat lunak yang dapat digunakan oleh individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan berkolaborasi seperti membuat suatu konten. Menurut pendapat Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah suatu platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dalam memfasilitasi untuk beraktivitas dan berkolaborasi sehingga dapat memiliki sebuah ikatan sosial. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa media sosial

dapat memengaruhi pembentukan opini publik (Aydil dan Zuhri,2023) :

a. Pemanfaatan Media Sosial

Pemanfaatan media sosial khususnya media Instagram, Masyarakat bisa mendapatkan berbagai informasi secara luas tanpa adanya batasan. Dalam memperluas jangkauan dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur- fitur yang ada seperti fitur hastag dan lainnya.

b. Efektivitas

Efektivitas dalam membentuk opini publik memungkinkan Masyarakat dapat memberikan feedback langsung melalui komentar-komentar dan bagaimana interaksi kita sendiri dimedia sosial tersebut.

c. Kepercayaan

Kepercayaan pada informasi yang disampaikan melalui media sosial sangat penting dalam membangun hubungan yang kuat dengan publik/Masyarakat.

d. Sentimen

Sentimen ini menunjukkan pandangan orang lain terhadap informasi yang telah kita sampaikan dimedia sosial. Dengan adanya sentimen ini dapat membuat kita dengancepat untuk mengelola dengan baik, menangani masalah dengan cepat, dan tentunya dapat membangun hubungan yang baik dengan publik/Masyarakat.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dengan latar setting alamiah (Walidin, Saifullah & Tabrani, 2015:77). Penelitian deskriptif kualitatif merupakan mekanisme kerja penelitian yang berpedoman penilaian subjektif nonstatistik, dimana ukuran nilai yang digunakan dalam penelitian ini bukanlah angka-angka skor melainkan kategorisasi nilai atau kualitasnya. Adapun alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini karena metode ini memiliki tujuan untuk menggambarkan keadaan maupun kondisi yang sebenarnya yang ada dilapangan terutama yang berkaitan dengan tema penelitian yang peneliti ambil. Peneliti ingin mendeskripsikan secara jelas dan sistematis tentang peran Instagram dalam membentuk opini publik pada kegiatan DPRD Sumatera Utara. Peneliti juga ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi sosial dan

menemukan pola, hipotesis, dan teori yang sesuai dengan data yang diperoleh dilokasi penelitian. Dalam penelitian ini informan antara lain tenaga ahli, staff dan Masyarakat yang mengikuti akun Instagram humas DPRD Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Pemanfaatan Media Sosial

Humas DPRD Sumatera Utara menggunakan akun instagram seperti @humasdprdsumut untuk menyebarkan infomasi mengenai kegiatan DPRD Sumatera Utara, serta juga memanfaatkan media sosial yang lain untuk dapat menjangkau Masyarakat yang lebih luas lagi. Media Instagram sangat efektif dalam menyampaikan seluruh informasi terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara melalui akun Instagram Humasnya. Masyarakat bisa mendapatkan informasi-informasi secara luas dan tranparan tanpa adanya Batasan seperti yang disampaikan oleh I¹ : “ Peran Humas dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyampaikan kegiatan dan program kerja kepada publik yang dimana semua informasi yang di sampaikan melalui Instagram, merupakan sarana yang efektif yang dengan mudah bisa menyampaikan informasi kepada Masyarakat, terlebih DPRD Sumatera Utara ini merupakan Lembaga legislatif yang harus memberikan informasi kepada Masyarakat agar semua kegiatan DPRD Sumatera Utara itu bisa dapat terpublikasi dengan baik dan bisa dilihat dengan mudah di media Instagram tersebut” Pernyataan I¹ didukung oleh pernyataan dari I²

dalam sesi wawancaranya dengan peneliti sebagai berikut : “sejauh ini media Instagram sangat efektif yang dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai informasi terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara karena media instgram ini lebih booming dan lebih menarik yang dimana di Instagram itu kan ada foto misalnya ada rapat, ada audiensi, ada terima tamu dari luar provinsi, nah disitukan kita dapat mengunggah foto-foto itu dan memberikan caption terkait kegiatan apa yang dilaksanakan pada unggahan foto tersebut, penyampaian informasi kepada masyarakat itu juga sangat cepat, misalnya Ketika pagi ada acara dan sore nya kami langsung mengupload kegiatan yang sudah

dilaksanakan tadi pagi.” Berdasarkan wawancara dengan kedua informan diatas, pemanfaatan media Instagram sebagai sarana yang efektif dalam menyampaikan berbagai informasi terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara yang memiliki jangkauan yang luas dan dapat diterima oleh Masyarakat dan bisa didapatkan melalui akun Instagram resmi humas DPRD Sumatera Utara. Tentunya hal ini juga dengan bukti pada akun Instagram @humasdprdsumut, dimana pada pantauan yang dilakukan peneliti terhadap akun Instagram @humasdprdsumut selalu

mendapat likes yang cukup banyak dan juga viewers yang cukup tinggi. Tetapi jika dilihat dari sudut pandang Masyarakat sendiri apakah penyebaran informasi-informasi terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara benar-benar tersampaikan kepada Masyarakat atau masih belum, seperti halnya yang

disampaikan oleh I³ dalam sesi wawancara yang dilakukan dengan peneliti : “saya sebagai followers Instagram humas DPRD Sumatera Utara, yang dimana informasi yang di upload dimedianya menurut saya cukup lengkap baik itu postingan rapat, kunjungan kerja dan lainnya”. Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh I⁴ dalam

wawancaranya : “ menurut saya informasi yang disampaikan melalui akun instagram @humasdprdsumut cukup menarik dan kreatif yang dimana kita bisa tau apa saja kegiatan DPRD Sumatera Utara yang dimana hal itu akan membuat pandangan positif karena tanpa adanya ketertutupan informasi”. Dari pernyataan para informan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media Instagram dalam jangkauan informasi cukup luas yang dilakukan oleh humas DPRD Sumatera Utara berhasil menjangkau berbagai kalangan Masyarakat.

2. Efektivitas

Efektivitas interaksi Instagram dalam membentuk opini publik memungkinkan Masyarakat dapat memberikan feedback langsung melalui kolom komentar dari akun Instagram resmi @humasdprdsumut sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dari Masyarakat sendiri dari setiap informasi yang disampaikan. I¹ dalam sesi wawancara dengan peneliti mengatakan : “tingkat efektif di instagram itu sangatlah efektif yang dimana banyak dimasyarakat kita kaum muda maupun kaum tua memakai handpone, berarti disitu mereka bisa dapat langsung melihat informasi yang ada didalam media Instagram tersebut melalui handpone yang sudah canggih. Dalam hal ini humas DPRD Sumatera Utara juga memiliki media yang lain yang dimana Masyarakat dapat memberikan ide maupun program untuk masukan ke DPRD kita dengan cara rapat dengar pendapat yang bisa langsung didengar dan disampaikan langsung oleh masyarakat kepada dewan kita maka hal itu semua sangatlah efektif ”. Pernyataan yang hampir sama yang diungkapkan oleh I² dalam sesi wawancaranya dengan peneliti : “ disini efektifnya itu kan disini membentuk opini publik berarti bagaimana pendapat publik, yang dimana sejauh ini kalau kita pantau misalnya ada tamu atau audiensi, mereka itu kayak langsung sudah tahu bahwa informasi itu bisa langsung didapatkan di Instagram. Ketika Masyarakat membuat postingan misalnya adanya demo dan postingan tersebut meng add akun Instagram humas maka kami akan merepost balik postingan tersebut sebagai bentuk interaksi

kami.” Sebagai humas pemerintah tentu tidak bisa lepas dari yang Namanya penilaian Masyarakat, hal ini dikarenakan Masyarakat sendiri memegang peranan yang sangat penting dalam melihat hasil kinerja dari humas pemerintah. Pendapat Masyarakat sangatlah penting untuk dilihat karena pasti adanya pro dan kontra dari masing-masing pendapat Masyarakat. Seperti halnya Informan I⁵ dalam wawancaranya : “menurut saya penyampain informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @humasdprdsumut sangat efektif karena informasi yang diupload selalu update dan menarik.” Pernyataan yang sama disampaikan oleh I⁴ dalam wawancaranya dengan peneliti: “ menurut saya Instagram @humasdprdsumut sebagai media untuk membentuk opini publik terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara sangat efektif karena informasinya juga transparan sehingga Masyarakat luas juga bisa mengetahui bagaimana kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh DPRD Sumatera Utara.” Dari beberapa hasil diatas dengan berbagai pihak maka peneliti dapat menarik sebuah Kesimpulan bahwasanya kefektifan sebuah informasi melalui Instagram sangat tinggi, hal ini ditandai dengan adanya komentar, like, serta jumlah penayangan dari Masyarakat dan Masyarakat juga secara tiding langsung dapat berinteraksi dengan pihak humas DPRD Sumatera Utara melalui admin Instagram

dari komentar Masyarakat.

3. Kepercayaan

Sebagai humas pemerintah harus dapat menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas humas. Setiap informasi yang disampaikan harus benar-benar akurat sehingga dapat meningkatkan Tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap setiap informasi, Tingkat kepercayaan kepada Masyarakat terhadap informasi dan kinerja pemerintah sangatlah penting yang menjadi salah satu keberhasilan humas untuk mendapatkan kepercayaan dari Masyarakat sebagai mana halnya disampaikan I⁴ dalam wawancaranya : “menurut saya informasi yang disampaikan oleh humas DPRD Sumatera Utara melalui akun instagram humasnya karena informasi yang disampaikan cukup lengkap dan transparan sehingga saya sendiri juga cukup puas terhadap informasi yang disampaikan itu”. begitu juga disampaikan oleh I³ dalam wawancaranya : “informasi yang saya dapatkan melalui Instagram humas DPRD Sumatera Utara cukup lengkap karena semua kegiatan DPRD Sumatera Utara ditampilkan di Instagram itu dan saya sendiri merasa percaya bahwa apa yang disampaikan itu tanpa ada ketertutupan”. Pernyataan dari Masyarakat sendiri tentunya sangat mendukung dari hasil wawancara peneliti dengan I¹ yang dalam wawancaranya mengatakan : “ karena Masyarakat dapat melihat langsung insformasi

terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara di akun Instagram humasnya maka mereka bisa menyampaikan respon mereka baikpun ide mereka yang dimana hal itu akan langsung disampaikan kepada dewannya dan akan melaksanakan yang Namanya rapat dengar pendapat. Maka dalam hal itu juga akan meningkatkan kepercayaan Masyarakat terhadap kinerja yang telah dilakukan.” Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh humas DPRD Sumatera Utara melalui Instagram @humasdprdsumut cukup tinggi, hal ini ditandai dengan Masyarakat dapat menyampaikan opininya maupun idenya kepada pemerintah karena percaya pemerintah akan segera menindaklanjuti opini tersebut.

4. Sentimen

Sentimen Masyarakat terhadap penggunaan Instagram oleh humas DPRD Sumatera Utara menunjukkan beragam reaksi yang mencerminkan persepsi dan kepuasan mereka terhadap informasi yang disampaikan. Berdasarkan wawancara, sentimen Masyarakat terhadap penggunaan Instagram oleh humas DPRD Sumatera Utara cenderung positif. Informasi dianggap bermanfaat, akurat dan membantu Masyarakat dalam mengikuti perkembangan terbaru di Sumatera utara sebagaimana disampaikan oleh I³ dalam wawancaranya : “ menurut saya informasi yang di sampaikan melalui Instagram humas DPRD Sumatera Utara karena cukup menarik dan selalu update setiap hari sehingga sayapun bisa melihat setiap hari infomasi-informasi yang disampaikan karena saya juga salah satu followers instagramnya jadi saya bisa melihat perkembangannya secara terbuka”. Hal yang sama juga disampaikan oleh I⁴ dalam wawancaranya : “sebagai seorang mahasiswa, informasi yang disampaikan oleh humas DPRD Sumatera Utara melalui instgramnya penting bagi saya karena disitu saya bisa melihat juga bagaimana perkembangan kinerja DPRD Sumatera Utara terlebih tentang pendidikan dan mahasiswa-mahasiswa yang melakukan seperti demonstrasi itu bagaimana tanggapan DPRD Sumatera Utara yang sudah di update di Instagram humasnya”. Sentimen publik terhadap keberhasilan pemanfaatan media sosial Instagram oleh humas DPRD Sumatera Utara dalam mempublikasikan kegiatan DPRD Sumatera Utara menunjukkan beragam respon yang perlu dianalisi lebih mendalam. Melalui wawancara yang dilakukan dengan narasumber, terlihat bahwa cukup banyak yang mengapresiasi upaya ini. Berbagai kritik maupun opini yang disampaikan melalui Instagram humas DPRD Sumatera Utara akan dilakukan evaluasi seperti melaksanakan rapat dengar pendapat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan Masyarakat.

A. Pembahasan

Humas DPRD Sumatera Utara memiliki peran strategis dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan DPRD Sumatera Utara melalui Instagram humasnya kepada Masyarakat. Dalam era digital ini, humas DPRD Sumatera Utara memanfaatkan platform media sosial, khususnya Instagram sebagai alat utama untuk menyampaikan informasi kepada Masyarakat. Akun resminya yaitu @humasdprdsumut digunakan digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara. Perkembangan dari media sosial sendiri yang begitu pesat telah berhasil melahirkan media baru atau dikenal dengan nama *new media*. *New media* ini mencakup berbagai platform seperti facebook, twitter, Instagram, youtube dan yang lainnya yang memungkinkan interaksi dua arah antara pemerintah dan Masyarakat. Dalam Catur Nugroho (2020) dikatakan karakteristik utama dari *new media* atau media baru adalah interactivity yang merupakan istilah sehari-hari dimana pengguna media baru melibatkan dua atau lebih peserta yang saling memproduksi, mendistribusi, dan menerima pesan dengan difasilitasi teknologi komputer. Humas DPRD Sumatera Utara memanfaatkan Instagram untuk berbagai tujuan komunikasi, termasuk menyebarkan informasi tentang kegiatan DPRD Sumatera Utara. Platform ini menjadi salah satu pilihan yang dipilih oleh humas DPRD Sumatera Utara karena popularitas dan penggunaanya yang tinggi di kalangan Masyarakat dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas secara cepat. Pada pemanfaatan media sosial, Instagram humas DPRD Sumatera Utara memungkinkan untuk menjangkau berbagai lapisan

Masyarakat.media instagram sangat bermanfaat bagi suatu organisasi atau instansi pemerintah yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sehingga dapat membebrikan citra yang positif bagi organiasasi atau instansi tersebut. Risma dan Setiawan (2022) menyatakan instagram sebagai platform jejaring sosial untuk berbagi foto dan video dimana pengguna dapat mengunggah, mengedit dengan filter serta mengelompokkan konten tersebut menggunakan tagar dan fitur penandaan lokasi geografis. Pada efektivitas, menurut Robbins efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka pendek dan jangka penjang, maksudnya adalah efektivitas merupakan suatu standar pengukuran untuk menggambarkan tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas dalam humas DPRD Sumatera Utara memanfaatkan fitur- fitur yang tersedia di Instagram seperti hashtag, caption dan komentar untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi yang dilakukan. Dalam hal ini adanya timbal balik langsung dari Masyarakat yang dimana digunakan untuk memperbaiki dan menyesuaikan terhadap apa

langkah selanjutnya yang harus diambil seperti melaksanakan rapat dengar pendapat. Informasi yang di posting melalui Instagram humas DPRD Sumatera Utara berupa kegiatan-kegiatan DPRD Sumatera Utara seperti kegiatan rapat paripurna, rapat dengar pendapat, kunjungan kerja disetiap daerah maupun kota, kegiatan bakti sosial dan informasi lainnya. Pada indikator ketiga yaitu kepercayaan, Tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui Instagram sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan diterima dan dianggap penting. Menurut Mayer, Davis, dan Schrooman dalam (Devi Andrian, 2015) dikatakan bahwa faktor yang dapat membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. Humas DPRD Sumatera Utara berusaha membangun kepercayaan publik dengan menyajikan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu serta menanggapi setiap keluhan yang disampaikan oleh Masyarakat. Pada sentimen, Sentimen Masyarakat sangat diperlukan terlebih terhadap kegiatan-kegiatan DPRD Sumatera Utara yang telah dilaksanakan dan diposting melalui Instagram resminya. Persepsi Masyarakat terhadap postingan Instagram humas DPRD Sumatera Utara terkait kegiatan DPRD Sumatera Utara berbeda-beda baik itu positif maupun negatif yang disampaikan melalui kolom komentar Instagram humas DPRD Sumatera Utara.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan penggunaan Instagram oleh humas DPRD Sumatera Utara cukup efektif dalam menjangkau, melibatkan, dan mendapatkan kepercayaan Masyarakat. Meskipun begitu, Adapun juga tantangan bagi humas DPRD Sumatera Utara yaitu masih ada masyarakat yang menganggap informasi yang disampaikan melalui Instagram humasnya terlebih bagi Masyarakat yang tidak mengikuti akun Instagram humas tersebut karena merasa kurang penting, namun evaluasi terus-menerus dan penyesuaian dan strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan menerima aspirasi Masyarakat sebagai bentuk keterlibatan Masyarakat. Humas DPRD Sumatera Utara tetap berupaya untuk mengatasi keterbatasan akses Masyarakat yang masih belum mengerti media sosial dan terlebih bagi Masyarakat yang belum mengikuti akun Instagram humas DPRD Sumatera yang akan dapat saja menganggap bahwa infirmasi yang disampaikan tersebut tidak menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Astari Clara Sari. 2019. Komunikasi dan Media Sosial. Jurnal Komunikasi. Volume III; (1-10)

Anggito Albi, Setiawan Johan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi : Cv jejak.

Ahmad Furqon. 2023. Strategi Kreasi Konten Instagram Oleh Tim Media Sosial Humas DPRD Kabupaten Bndung (Studi Deskriptif Humas DPRD Kabupaten Bandung Dalam Penyampain Informasi Publik). Jurnal Pendidikan Tambusai. Volume VII (26341-26350)

Anis Zohriah. 2017. Efektivitas Pelayanan Perpustakaan Sekolah. Jurnal Tarbawi. Volume III (102-110)

Agus Subhan Akbar, Eko Sediyono, Oky Dwi Nurhayati. 2015. Analisis Sentimen Berbasis Ontologi Di Level Kalimat Untuk Mengukur Persepsi Produk. Jurnal Sistem Informasi Bisnis. Volume II (84-97)

Boer Febriano Rino. 2021. Menyeliski media sosial. Malang : Cv literasi Nusantara Abadi.

Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. Jurnal Common. Volume III; (71-80) Farah Nadhila, Ratih Sekar Ningrum, Juhairiyah Fitri Shafarina, dkk. 2024. Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan DPRD Kota Bogor Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Of Communcation Sciene and Islamic Da'wah. Volume VIII no 1 (1-9)

Heri Juanda. 2017. Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. Jurnal Peurawi. Volume I (1-22)

Haryono, G.G. 2020. Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. Jawa Barat : Cv Jejak

Imelda Krisdayanti, Tius. 2024. Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Pimpinan Universitas Melalui Akun Instagram @humasuniversitasnusanipa. Jurnal Sosial dan Humaniora. Volume IV no 3; (2292-2306)

Judijanto Loso. 2024. Manajemen Media Digital. Daerah Istimewa Yogyakarta : PT Green Pustaka Indonesia.

Liliweri Alo. 2015. Komunikasi Antarpersonal. Jakarta : Kencana.

Muhammad Rijal Fadli.2021. Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. Volume XXI; (33-54)

Mamik. 2015. Metodologi Kualitatif. Sidoarjo : Zifatama Publisher.

Maulana, Syarif. 2022. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Yrama Widya

Nasrullah. 2016. Teori dan riset media siber (cybermedia). Jakarta : prenadamedia group.

Nugroho, C. 2020. Cyber Society Teknology, Media Baru, dan Disrupsi Informasi. Jakarta : Kencana

Prihadi Dana. 2020. Pengenalan Dasar Manajemen Publik Relasi. Jogjakarta : KBM Indonesia.

Risky Fatuhrahman. 2024. Polarisasi Sebagai Bentuk Efek Negatif dalam Pembentukan Opini Publik pada Pemilihan Presiden 2019. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Volume IV; (99-115)

Sarihati Tati, Luthfie Muhammad, Kurniadi Budi, 2019. Komunikasi Politik, Media Massa, dan OPini Publik. Depok : PT. Rajagrafindo Persada.

Siti Sarah. 2025. Pengertian dan Dinamika Pembentukan Opini Publik. Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik. Volume II; (31-40)

