

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal lumrah di kalangan manusia sebagai bentuk praktik menyampaikan informasi yang sebenarnya. Komunikasi juga dilakukan untuk berbagi informasi dan pengalaman dengan orang lain dan menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan oleh manusia. Secara umum komunikasi juga dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak pada saat berkomunikasi.

Komunikasi adalah suatu bagian proses pengiriman atau penyampaian berita dan atau informasi dari satu pihak ke pihak lainnya dalam usaha saling memberikan pengertian melalui bahasa-bahasa yang digunakan. Aktivitas komunikasi yang baik juga akan mendapatkan pencapaian yang baik di dalam suatu institusi ataupun masyarakat. Untuk melakukan komunikasi yang baik kita juga harus mengetahui situasi dan kondisi serta karakteristik lawan bicara kita, karena seperti yang kita ketahui bahwa setiap individu mempunyai karakteristik dan kepribadian yang berbeda-beda. Komunikasi yang efektif dapat terjalin dengan baik apabila kedua belah pihak saling mengakui kekurangan dan kelebihan orang lain serta mengerti kelemahan orang lain. Karena itu segala hambatan dapat di atasi dengan baik, segala macam ego dalam diri kita dapat dihilangkan sehingga hanya ada keinginan untuk bisa saling memahami orang lain dan setelah itu rasa percaya antar individu akan tercipta dengan baik. (Ngalimun, 2017).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia. KPU merupakan lembaga yang mengatur, merencanakan dan melaksanakan semua rangkaian tahapan penyelenggaraan pemilu dengan tepat waktu. KPU menjalankan tugasnya secara berkesinambungan dan dalam menyelenggarakan Pemilu KPU bebas dari pengaruh pihak manapun yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas dan wewenangnya. Dalam menjalankan tugasnya KPU dibantu oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota dan masing-masing dibantu oleh sekretariat. Sama halnya seperti Daerah Istimewa Yogyakarta di mana semua yang mengatur dan menjalankan Pemilu serentak di DIY yaitu KPU DIY.

Keberadaan sosial media di sebuah institusi lembaga pemerintahan memberikan kemudahan bagi humas di dalam lembaga institusi tersebut. Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta (KPU DIY) memanfaatkan sosial media salah satunya Instagram sebagai sarana membagikan informasi mengenai Pemilihan Calon Bupati dan Wakil Bupati secara serentak di DIY Tahun 2020 di tengah pandemi Covid-19. Dengan kelebihan yang dimiliki oleh sosial media instagram KPU DIY menggunakan Instagram salah satunya untuk membagikan hal-hal apa saja terkait pelaksanaan Pemilihan yang ada di DIY.

Dalam melakukan rangkaian kegiatan Pemilihan Kepala Daerah dalam masa pandemi Covid-19 penyebaran informasi mengenai diadakannya Pilkada di 3 Kabupaten yang ada di DIY melalui media elektronik yaitu melalui media sosial dan media digital lainnya termasuk media sosial instagram. KPU DIY dalam hal ini telah konsisten dalam menyebarkan informasi mengenai Pilkada

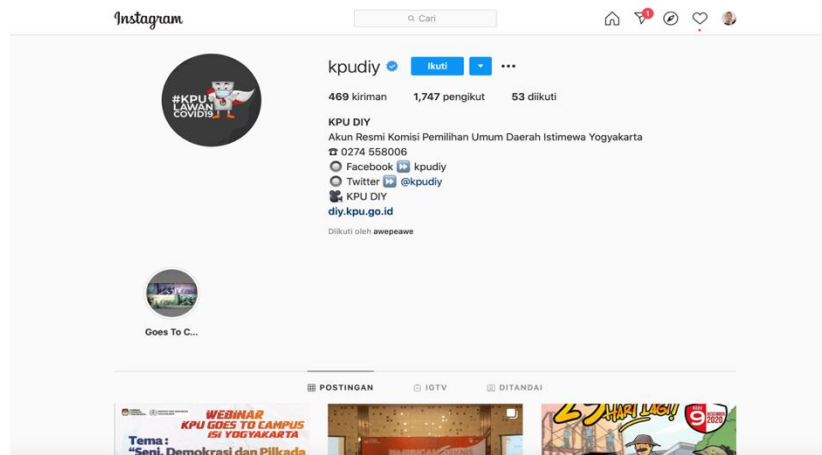
yang diadakan 9 Desember kepada masyarakat luas melalui akun instagram @kpudiy. Sejak diumumkan nya Pemilihan Serentak kembali diadakan pada tanggal 9 Desember akun media sosial Instagram KPU DIY sejak tanggal 15 Juni 2020 mulai aktif membagikan informasi mengenai bagaimana cara memilih di tengah pandemi Covid-19.

Pada dasarnya implementasi media elektronik Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta untuk penyebaran informasi mengenai Pemilihan Serentak dilakukan melalui beberapa media sosial yaitu website, Instagram, youtube, twitter dan facebook. Akan tetapi dari kelima media sosial tersebut, Instagram menjadi media sosial yang paling dominan untuk digunakan dalam menjalani komunikasi dan membagikan informasi dengan publik. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan Indonesia menempati urutan ketiga sebagai negara yang masyarakatnya banyak menggunakan intagram. Mulai dari anak remaja hingga dewasa menggunakan Instagram untuk mempublikasi kegiatannya dan bisa dijadikan sebagai sarana sosialisasi terkait hal apapun. Dalam hal KPU menyebarkan informasi dan sosialisasi mengenai Pilkada Serentak di tengah Pandemi Covid-19 tidak hanya untuk generasi tua saja namun juga generasi muda yang sebagai pemilih pemula agar dapat memberikan hak suaranya di Pemilihan tersebut.

“Di tengah Pandemi Covid-19 saat ini, Website, Sistem Informasi dan Media Sosial menjadi salah satu alternatif dalam melaksanakan publikasi informasi yang sangat cepat dan aman karena kita tidak memungkinkan untuk bertatap muka secara langsung dengan masyarakat luas” (Hamdan Kurniawan Ketua KPU DIY dalam Bimbingan Teknis Pengelolaan Website, Sistem Informasi dan Media Sosial KPU di Tengah Pandemi Covid-19 pada 3 Juni 2020).

Adapun konten informasi yang ditampilkan pada media sosial KPU DIY khususnya Instagram berupa informasi-informasi pemilihan serentak di 3 Kabupaten di DIY dan bagaimana pelaksanaannya harus sesuai dengan protokol kesehatan, membagikan informasi pemilihan sudah di tahap bagian apa, dan secara terbuka membagikan informasi mengenai pasangan calon yang ada di 3 Kabupaten tersebut. Selain itu di dalam media sosial Instagram terdapat konten-konten kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh pihak KPU DIY seperti webinar goes to campus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk membahas bagaimana pilkada yang akan diadakan di tengah pandemi dan webinar lainnya.

Selain itu melalui media sosial Instagram KPU DIY tidak hanya digunakan sebagai penyebaran informasi terkait Pilkada Serentak Tahun 2020 melainkan juga menjadi jembatan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas mengenai menjadi pemilih yang pintar, sehingga masyarakat tidak ada lagi alasan untuk tidak menggunakan hak suaranya pada saat Pemilihan berlangsung.



Gambar 1

Tampilan akun Instagram KPU DIY

Sumber: <https://www.instagram.com/kpudiy/> (diakses pada 20 November 2020)

Perlu diketahui bahwa pada jaman modern saat ini hampir di semua kalangan memainkan media sosial termasuk Instagram. Terbukti dengan pengikut dari media sosial Instagram dari @kpudiy ini telah mencapai 1.747 pengikut. Dengan hal tersebut untuk menyampaikan sosialisasi dan informasi terkait Pilkada di media sosial Instagram sangat terbantu dalam masa Pandemi Covid-19 karena disarankan untuk tidak bertatap muka secara langsung kepada masyarakat.



Gambar 2
Data daftar Pemilih di DIY Tahun 2020
Sumber: <https://www.instagram.com/kpudiy/> (diakses 20 November 2020)

Aktivitas media digital di suatu lembaga instansi pemerintahan juga termasuk yang sangat penting untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat. Dengan membuat media sosial terkait dengan instansi, mengirimkan informasi secara regular kepada pihak media. Dengan berbagai macam langkah-langkah yang dijalankan aplikasi humas dapat secara mudah dalam memberikan informasi, mempromosikan event yang akan diadakan dibandingkan dengan harus menggunakan media konvensional. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa aktivitas media digital memiliki manfaat besar bagi sebuah lembaga instansi termasuk KPU DIY yang sebagai Lembaga instansi pemerintah.

Terdapat penelitian terdahulu yang berjudul “Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah (Studi Kasus pada Bagian

Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada Instagram (@kemenkopUKM)”, penelitian ini dilakukan oleh Lusyane Margaretha dan Dini Maryani Sunarya. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan pesan melalui visual-visual agar pesan yang disampaikan sampai kepada publik dan penelitian ini menggunakan media sosial Instagram karena di rasa lebih efektif dan bisa menjangkau publik secara luas.

Terdapat penelitian terdahulu yang berjudul “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital”, penelitian ini dilakukan oleh Agung Prabowo dan Kurnia Arofah. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial Instagram sebagai media yang cukup efektif untuk mengkomunikasikan dan menyebarkan dan mendidik masyarakat tentan migrasi dan teknologi TV digital.

Di atas telah disampaikan beberapa persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan yang tentunya persamaan topik mengenai media digital yang digunakan sebagai sarana berkomunikasi. Kesamaan pada topik penelitian menjadikan beberapa penelitian terdahulu tersebut sebagai salah satu referensi bagi peneliti. Meskipun terdapat adanya persamaan topik pembahasan masih terdapat beberapa perbedaan yaitu objek yang peneliti teleti adalah sebuah instansi pemerintahan Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tujuan untuk pemanfaatan media sosial Instagram untuk mengkomunikasikan dan memberikan informasi terkait Pilkada Serentak Tahun 2020 di masa pandemi Covid-19, di mana yang kita

ketahui pandemi Covid-19 ini membuat seluruh sektor terpuruk dan beberapa kegiatan seperti pesta demokrasi harus ditunda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah tentang “*Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram untuk mengkomunikasikan Pilkada Serentak 2020 oleh KPU DIY?*”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram untuk mengkomunikasikan Pilkada Serentak 2020 oleh KPU DIY.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Akademik

Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan meningkatkan pengetahuan bagi mahasiswa dalam mempelajari dan mengimplementasikan media baru sebagai sarana untuk mengkomunikasikan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan menjadi referensi praktis bagi KPU DIY dalam implementasi media baru atau media digital untuk aktivitas membagikan informasi dan komunikasi kepada masyarakat mengenai Pilkada Serentak melalui media sosial Instagram.

E. Kerangka Teori

Dalam bagian ini peneliti akan menguraikan mengenai pijakan teori yang digunakan untuk penelitian ini. Penggunaan teori ini sebagai landasan untuk analisis dalam menjawab rumusan masalah yang diteliti. Adapun pijakan teori dalam penelitian ini meliputi definisi konsep dasar sosialisasi, fungsi dan media sosialisasi. Selain itu, tujuan dari adanya teori ini untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Berikut ini beberapa landasan teori yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini:

1. Media Sosialisasi

Media sosialisasi atau yang biasa kita kenal dengan agen sosialisasi merupakan tempat dimana sosialisasi itu terjadi atau sarana sosialisasi. Yang dimaksud agen-agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang membantu seorang individu menerima nilai-nilai atau tempat dimana seorang individu belajar terhadap segala sesuatu yang kemudian menjadikannya dewasa.

Media sosialisasi yang seringkali digunakan adalah media massa. Media massa merupakan media sosialisasi yang kuat dalam membentuk keyakinan-keyakinan baru atau mempertahankan keyakinan yang ada. Bahkan proses sosialisasi melalui media massa ruang lingkupnya lebih luas dari media sosialisasi yang lainnya. Iklan –iklan yang ditayangkan media massa, misalnya disinyalir telah menyebabkan terjadinya perubahan pola konsumsi, bahkan bahkan gaya hidup warga masyarakat.

Selain itu, ada juga media sosial yang sering digunakan sebagai media sosialisasi pada era perkembangan teknologi seperti sekarang ini.

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat membentuk individu tentang bagaimana cara berfikir dan berperilaku. Dengan demikian, internet sebagai bentuk teknologi komunikasi beserta perangkat yang menyertainya termasuk media sosial membentuk seperti apa masyarakat sekarang.

Media sosial telah mengubah perilaku berkomunikasi masyarakat zaman sekarang. Teknologi itu sendiri tidak membuat gerakan, tetapi orang-orang yang memanfaatkan teknologi media sosial dengan antusias memanfaatkannya. Dalam kajian komunikasi kenyataan itu sering disebut *Communication Technological Animal* (Nurudin, 2011). *Communication Technological Animal* berarti individu-individu yang menjadikan teknologi sebagai fundamental humanisnya. Bagi mereka, teknologi adalah faktor utama dalam melakukan perubahan. Bahkan, teknologi komunikasi seperti media sosial dipercaya sebagai alat yang bisa dipakai untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya.

2. Konsep Media Baru

Kemunculan new media atau media baru tidak terlepas dari kemunculan internet di dunia ini. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologidan komunikasi pada abad ke 20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, berdifat jaringan, padat, mapat, interaktif, dan memikat. Kehadiran media baru dipahami sematamata sebagai konsekuensi teknologi

komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada menjadi kabur (Widjayanti, 2016: 348).

Pemahaman atas media baru tentu saja new media tentu saja tidak dipahami hanya dengan salah satu bentuk teknis dan teknologi komunikasi semata. Apalagi kemunculan media internet sebagai salah satu new media. Integritas media yang dimunculkan oleh new media juga memunculkan dampak sosial yang kecil dalam kehidupan masyarakat. Dalam pemahaman McQuails new media ini tidak hanya sebagai perangkat teknologi semata. Menurutnya, media baru juga mempunyai implikasi terhadap proses komunikasi yang menyertainya. Selain itu keberadaannya yang berbeda dengan media yang sudah terlebih ada membawa konsekuensi pula baik secara langsung maupun tidak langsung (Widjayanti, 2016: 348).

Media baru menjadi isu penting bagi segala bidang, terutama bagi humas. Media baru memiliki kelebihan dibandingkan dengan media lama. Media baru dapat dapat menembus ruang dan waktu tanpa harus memperhatikan jarak. Dengan menggunakan media baru maka informasi akan tersebar luas dengan cepat dengan cepat. Interaksi dengan menggunakan media baru lebih berwarna karena media baru memiliki sifat tekstual, audio, dan audio visual (Sujanto, 2019: 217). Kelebihan dari media baru tersebut dimanfaatkan oleh organisasi dan perusahaan untuk berkomunikasi dengan publiknya, seperti saat ini banyak lembaga dan organisasi yang menggunakan media sosial dan website untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi dengan publik.

Selain itu juga terdapat beberapa perbedaan karakteristik antara media lama dengan media baru yang sangat dapat memudahkan seorang humas dalam meraih ketepatan waktu, tempat dan target sasaran yang sesuai dengan tujuan yang di inginkan perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan dari McQuail (dalam Sujanto, 2019:219), media baru dan media lama memiliki karakteristik yang berbeda, berikut adalah karakteristik media baru:

- a. Media baru memiliki karakteristik komunikasi dua arah antar pengguna atau juga disebut *interactivity*.
- b. Media baru menyediakan fasilitas *social presence* dalam bentuk virtual.
- c. Media *richness* dalam media baru dapat menjembatani perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, menyediakan lebih banyak tanda dan lebih personal.
- d. Media baru memberikan *autonomy*, yaitu pengguna dapat mengendalikan isi dan penggunaan, serta independent terhadap sumber.
- e. Media baru menyediakan unsur hiburan dan kesenangan yang disebut dengan aspek *playfulness*. Jadi, media tidak hanya tentang penggunaan alat.
- f. Media baru memberikan *privacy* kepada pengguna dalam hal penggunaan jenis konten.
- g. Media baru menawarkan *personalization*, yaitu konten dan penggunaan media bersifat personal.

Media baru dengan media lama mempunyai perbedaan karakteristik yang sangat jelas dan cukup terlihat. (Nasrullah 2014: 14) menyebutkan adanya perbedaan dari media lama dan media baru sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perbedaan Karakteristik Media Lama dan Media Baru

Era Media Lama (<i>Broadcast</i>)	Era Media Baru (<i>Interactivity</i>)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak sumber)	Tersebar (dari satu atau banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi bersifat satu arah	Komunikasi bersifat dua arah atau timbal balik
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya control terhadap sumber
Media cenderung menjunjung tinggi strata dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak
Khalayak terfragmentasi dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dengan tetap menunjukkan identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat mempengaruhi kesadaran khalayak.	Media melibatkan pengalaman khalayak, baik secara ruang ataupun waktu.

(Sumber: Nasrullah, 2014: 14)

Media baru muncul dengan perkembangan teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, dan surat kabar) media memiliki karakteristik diantaranya:

1. Interaktif

Karakteristik ini menjadi salah satu kunci dari media baru karena jika dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar, media baru telah diakui paling interaktif.

2. Hipertekstual

Artinya setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar kembali dimasukkan ke dalam media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan media dari media lama ke media baru sehingga informasi yang dahulu tidak hilang begitu saja.

3. Jaringan (Networking)

Berarti di dalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang untuk menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi. Jaringan itu antara lain The World Wide web, website perusahaan/Negara, situs media social, blog network forum online dan sebagainya. Jaringan ini merupakan media baru dan juga menjadi kunci dari media baru.

4. Maya atau Virtual

Karakteristik ini menjadi karakteristik yang melemahkan bagi media baru internet, karena sifatnya yang maya sehingga identitas seseorang atau kelompok di dalam media baru internet ini menjadi tidak jelas atau tidak dipercaya sepenuhnya. Wilayah jangkauan penyebaran informasi di

internet sangatlah bebas tidak ada batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapat oleh siapa saja.

5. Simulasi

Dalam zaman digital memiliki hubungan yang dekat dengan peniruan atau simulasi. Setiap media mempunyai akibat akanditirukan olah khalayak, sama halnya media lama. Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bias diangkat ke dalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang ia dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.

3. Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan para pengguna untuk mengambil foto, pemberian efek pada foto, dan membagikannya melalui unggahan ataupun fitur-fitur Instagram lainnya. Aplikasi ini diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 yang awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOs. Seiring perkembangan waktu perusahaan melebarkan jangkauannya dengan merilis aplikasi ini untuk pengguna Android pada April 2012.

Penggunaan aplikasi ini semakin berkembang pesat karena berbagai keunggulan yang ditawarkan dan berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah pun bisa diperoleh melalui kamera ataupun dari album ponsel dan Instagram dapat menggunakan langsung efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang ingin diunggah.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang sedang populer Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi yang sangat mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang yang biasanya digunakan pada kamera ponsel.

Memainkan media sosial pada saat ini bukan hal yang baru untuk seluruh masyarakat, akan tetapi sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan. Instagram merupakan salah satu contoh media sosial yang banyak sekali diminati oleh masyarakat di dunia.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita mengikuti akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto maupun video membuat banyak pengguna yang terjun bisnis *online* turut mempromosikan produknya lewat Instagram (Nisrina dalam Wicaksono, 2017: 7).

Namun dengan semakin meningkatnya pengguna Instagram serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan Instagram memudahkan siapapun untuk mengakses media sosial tersebut di manapun dan kapanpun. Dengan semakin pesatnya pengguna Instagram sehingga saat ini banyak perusahaan maupun lembaga pemerintahan melirik aplikasi ini untuk mensosialisasikan informasi ataupun berinteraksi dengan publik.

Selain kelebihan Instagram yang digunakan di perangkat telepon genggam sehingga mudah di akses, Instagram juga mempunyai keunggulan-keunggulan lain lewat fitur-fitur yang disuguhkan, berikut fitur-fitur Instagram yang bisa digunakan sebagai berikut:

a. Foto dan Video

Instagram lebih dikenal dengan aplikasi untuk memberikan informasi dalam bentuk visual, Instagram memiliki fitur untuk mengunggah foto dan video dan dapat dilihat oleh para pengguna Instagram lainnya.

b. Instagram story

Fitur Instagram story ini menampilkan foto atau video singkat yang hanya berdurasi 15 detik untuk mengunggah kegiatan user dan dapat pula untuk dilakukan kegiatan promosi.

c. Caption

Caption merupakan sebuah fitur Instagram yang berfungsi layaknya deskripsi, di sini pengguna Instagram bisa memberikan kata-kata soal foto yang diunggah.

d. Photo Tagging

Pengguna dapat menandai pengguna lain dalam foto yang diunggah melalui fitur tagging. Foto yang menandai pengguna lain secara otomatis akan masuk ke dalam akun yang ditandai.

e. Followers dan Following

Pengguna aplikasi Instagram berhak untuk mengikuti akun Instagram pengguna yang lain (follow) dan akun Instagram lain tersebut berhak

untuk mengikuti balik. Dari sinilah komunikasi antar pengguna melalui media sosial instgaram dapat terjalin. Dengan mengikuti akun yang lain maka pengguna dapat mengetahui kegiatan berupa foto atau video yang diunggah oleh pengguna akun Instagram tersebut.

f. Komentar dan Tanda Suka

Di berbagai media sosial termasuk Instagram pengguna dapat memberikan reaksi terhadap apapun yang diunggah oleh akun yang diikuti pengguna tersebut. Selain memberi komentar, pengguna dapat memberikan tanda “suka” pada unggahan tersebut.

g. *Direct Message*

Direct Message (DM) lebih dikenal dengan pesan masuk merupakan salah satu fitur Instagram yang digunakan untuk bebrbalas pesan dengan pengguna lain secara personal tanpa diketahui oleh orang lain.

h. Tanda Pagar (Tagar)

Tagar atau yang lebih dikenal dengan istilah *hashtag* yaitu digunakan untuk menyebarkan unggahan agar menjangkau lebih banyak orang lain yang mencarinya.

i. *Location Tagging*

Dipergunakan untuk menyebutkan suatu lokasi di mana sebuah foto atau video tersebut diambil bisa dilakukan di Instagram, dengan menyertakan lokasi juga informasi akan lebih jelas.

- Pemberitahuan otomatis (push notification)

Sedangkan karakteristik Instagram adalah sebagai berikut: (Diamond, 2015)

a. Pemberitahuan, ini memberi tahu bahwa orang-orang yang melihat atau mengomentari foto suatu akun. Untuk mengaturnya, harus masuk ke halaman pengaturan di ponsel.

b. Terhubung ke jejaring sosial

Sebuah akun Instagram dapat berbagi foto begitu mudahnya dengan mengatur hubungan antara Instagram dan jejaring sosial pemilik akun yang sama.

c. Tag Lokasi

Para pengguna dapat memasukkan lokasi foto saat mereka mengunggahnya sehingga foto tersebut dapat dikenal dengan area tertentu dan dapat dicari menggunakan lokasi tersebut.

F. Metode Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan mengenai metode yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Metode tersebut mencakup keseluruhan dari jenis penelitian, fokus penelitian yang diteliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik dalam mengumpulkan serta teknik dalam menganalisis data yang telah diperoleh. Adapun metode yang yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif sebenarnya lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman yang

mendalam mengenai suatu organisasi atau suatu peristiwa daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Penelitian kualitatif disebut juga penelitian lapangan atau etno-metodologi dan menghasilkan data mengenai kelompok manusia dalam latar sosial. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendasar melalui pengalaman peneliti yang terjun langsung menjadi satu bagian yang tidak terpisahkan dengan subjek dan latar yang akan diteliti (Denzin dan Lincoln dalam Haris Herdiansyah, 2010: 7).

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode tersebut digunakan untuk mendeskripsikan dan pemanfaatan media sosial Instagram untuk mengkomunikasikan Pilkada Serentak di DIY Tahun 2020. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang bersifat mengenai hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Data yang didapatkan dalam metode deskriptif kualitatif merupakan kata-kata, gambar, tidak termasuk angka-angka di dalamnya. Semua yang dikumpulkan menjadikan kunci terhadap apa yang sedang diteliti oleh peneliti. Dengan demikian maka hasil penelitian akan berisikan kutipan data untuk menggambarkan penyajian penelitian. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, rekaman, foto, rekaman audio, dokumen pribadi, catatan, memo dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2011: 6). Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif ini diharapkan

dapat mengungkapkan realitas sasaran penelitian, serta mampu menjawab topik yang dibahas oleh peneliti.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Ipda Tut Harsono No.47, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lebih tepatnya penelitian ini dilakukan pada bagian Teknis dan Hubungan Partisipasi Masyarakat, dengan tujuan pemanfaatan media sosial Instagram untuk dalam menginformasikan pilkada serentak tahun 2020 di Instagram.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sebagai pedoman dalam menganalisis hingga ditemukan hasil untuk penelitian. Penelitian ini mengambil data dengan beberapa cara. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang sering sekali digunakan pada kebanyakan penelitian kualitatif. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide-ide atau gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Estberg dalam Sugiyono, 2017: 114).

Dalam wawancara ini, informan yang dipilih merupakan orang yang dianggap memiliki pemahaman lebih terhadap topik yang diteliti sehingga mampu menyajikan data-data yang dapat dijadikan sumber data. Kriteria

informan dalam penelitian ini yang selanjutnya akan menjadi narasumber dalam wawancara adalah sebagai berikut:

- 1) Ketua divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM sebagai orang yang mengetahui konsep dan bagaimana informasi tentang Pilkada serentak tersebut bisa sampai kepada masyarakat walaupun dalam masa Pandemi Covid-19 seperti ini.
- 2) Kepala Sub.Bagian Teknis dan Hubungan Partisipasi Masyarakat sebagai orang yang bertanggung jawab untuk hubungan teknis dan hubungan kepada masyarakat.
- 3) Admin Media *Online Instagram* sebagai orang yang melakukan dan mengamati pergerakan media sosial KPU DIY.
- 4) Masyarakat yang mengikuti media sosial *Instagram* KPU DIY dan mengikuti Pilkada sebagai pihak yang ditargetkan.

b. Dokumentasi

Metode dokumen atau dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis ataupun yang dibuat secara langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010: 143).

Metode dokumen tersebut merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif, tetapi tidak semua dokumen memiliki kredibilitas yang tinggi. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan dokumen berupa konten/unggahan, caption dan beberapa data yang ada di media sosial *Instagram* yang dimanfaatkan oleh KPU DIY.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, dijabarkan dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, dan dipilih yang mana yang penting dan akan dipelajari, sehingga sangat mudah untuk membuat kesimpulan dan dipahami (Sugiyono, 2017: 131). Proses analisis data kualitatif juga bersifat *eklektik* yang berarti tidak ada cara yang baku dalam melakukan proses analisis data kualitatif. Semua bergantung kepada situasi dan kondisi serta temuan di lapangan yang menuntut kreativitas dari peneliti untuk melakukan reduksi dan analisis yang berarti yang sesuai dengan temuannya tersebut (Tesh dalam Haris Herdiansyah 2010: 161).

Berdasarkan pengertian dan penjabaran di atas tentang teknik analisis data, maka diperlukan cara yang tepat dalam mengorganisir data yang telah diperoleh agar dapat bermanfaat sebagaimana mestinya. Adapun beberapa aktivitas yang diperlukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data untuk menganalisis data berarti merangkum, memilih dan memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik dengan pemberian kode-kode pada aspek tertentu (Sugiyono 2017: 135). Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data-data yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram untuk mengkomunikasikan dan dalam menginformasikan Pilkada serentak melalui *Instagram* Tahun 2020 dalam masa Pandemi Covid-19.

b. Penyajian Data

Setelah data tersebut direduksi maka tahapan selanjutnya adalah menyajikan data tersebut. Data bisa disajikan dalam bentuk diagram, tabel, grafik, dan lain sebagainya. Dengan penyajian data tersebut maka data akan dengan mudah dikelompokkan, diorganisir, dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga data menjadi lebih mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2017: 137).

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir dalam analisis data. Kesimpulan merupakan verifikasi data-data dan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak

ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2017: 142). Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan dapat menjawab pada rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

5. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif dikarenakan uji keabsahan data dapat menentukan standar kebenaran dari data yang diperoleh. Peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam uji keabsahan data pada penelitian ini. Teknik triangulasi diartikan sebagai pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2017: 125). Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini dicapai dengan tiga jenis, yaitu:

- a. Melalui perbandingan data hasil pengamatan dan wawancara.
- b. Dengan perbandingan isi wawancara dan isi dokumen yang terkait.
- c. Melalui perbandingan wawancara satu informan dengan sumber informan lain.

G. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini peneliti menjabarkan secara garis besar mengenai sistematika yang digunakan dalam menuliskan penelitian ini agar memudahkan pembaca dalam memahami. Penelitian ini dibagi menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada BAB I (Pendahuluan), terdapat beberapa sub-bab yaitu, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Pada sub-bab metode penelitian juga terdapat beberapa poin yaitu, jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada BAB II akan menjelaskan mengenai gambaran umum atau profil dari objek penelitian. Penelitian ini akan diselenggarakan di Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta dan secara khusus pada unit Teknis dan Hubungan Partisipasi Masyarakat KPU DIY. Adapun penjelasan dalam bab ini akan berisikan informasi mengenai sejarah Komisi Pemilihan Umum, visi dan misi, dan penjelasan lain mengenai KPU DIY dan Unit Teknis dan Hubungan Partisipasi Masyarakat.

BAB III: PEMBAHASAN

Pada BAB III peneliti akan menjelaskan mengenai data yang diperoleh dari hasil wawancara dan juga studi dokumen melalui akun Instagram KPU DIY yang akan disajikan secara detail. Hasil wawancara dan studi dokumen tersebut yang akan diperoleh akan dijabarkan dan dibahas untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah yaitu mengenai aktivitas Pemanfaatan Media sosial KPU Daerah Istimewa Yogyakarta

di Masa Pandemi Covid-19 dalam Menginformasikan Pilkada Serentak melalui Instagram pada Periode tahun 2020.

BAB IV: PENUTUP

BAB IV merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi tentang ulasan singkat tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, dengan kata lain, kesimpulan merupakan inti penelitian yang telah dijabarkan dari BAB I hingga BAB III. Berbeda dengan kesimpulan, saran berisi tentang masukan yang diberikan oleh peneliti kepada pihak Komisi Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan hasil temuan yang diperoleh.