

Peranan Media Sosial dalam Membangun Citra Positif Lembaga Pemerintah

Agung Mandala

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: 2271600385@student.budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi peranan media sosial Instagram dalam membentuk citra positif Presiden Joko Widodo. Melalui Instagram, Presiden dapat berinteraksi langsung dengan publik, membagikan momen penting, serta menyampaikan pesan politiknya. Hasilnya, media sosial ini memperkuat citra kepemimpinannya dan meningkatkan popularitasnya. Namun, pemanfaatan Instagram juga membawa risiko kritik dari lawan politik. Dalam keseluruhan, Instagram menjadi alat efektif bagi Presiden Joko Widodo untuk memengaruhi opini publik dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin yang dihormati dan dipercaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menjabarkan temuan berdasarkan literatur yang ada. Selain itu, penelitian ini mengadopsi Paradigma Konstruktivisme dalam memahami realitas sosial yang dipengaruhi oleh interpretasi konten Instagram Presiden. Kesimpulannya, media sosial telah membuka peluang baru bagi pemimpin politik dalam membangun dan memelihara citra mereka di mata publik.

Kata kunci: Instagram; Konstruktivisme; Media Sosial; Paradigma

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari bagi masyarakat di seluruh dunia. Data yang dirilis oleh Hootsuite We Are Social pada Oktober 2022 mengungkapkan fenomena yang menarik: ada sekitar 5,07 miliar pengguna internet aktif di seluruh dunia. Angka yang mencengangkan tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh populasi dunia kini terhubung dengan internet, mencapai sekitar 63,5% dari total jumlah penduduk dunia pada saat ini (Kemp, 2022). Tak terkecuali Indonesia, di mana pengguna internet terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 saja, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta orang dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dengan demikian, sekitar 204,7 juta penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet, mencakup sekitar 73,7% dari total populasi negaranya (Riyanto, 2022). Peningkatan yang signifikan ini mencerminkan adopsi yang semakin meluas dari teknologi internet di kalangan masyarakat Indonesia, menegaskan

bahwa tren pemanfaatan internet tidak hanya semakin umum tetapi juga semakin populer di semua lapisan masyarakat.

Media sosial adalah platform-platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara online. Media sosial telah menjadi pijakan utama bagi masyarakat dalam pelayaran mereka di dunia internet. Per Januari 2022, catatan menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai 191 juta orang, melonjak dari 170 juta orang pada tahun sebelumnya (Mahdi, 2022). Dari deretan aplikasi yang tersedia, WhatsApp menempati peringkat tertinggi dalam hal popularitas, diikuti oleh Instagram dan Facebook. Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, serta berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh pengguna lain melalui like, komentar, dan pesan langsung. Ini juga memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun-akun favorit mereka dan menjelajahi konten yang sesuai dengan minat mereka melalui fitur seperti Explore.

Facebook adalah salah satu platform media sosial terbesar di dunia. Didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004, Facebook memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, berbagi konten seperti foto dan video, mengirim pesan, serta berinteraksi dengan teman-teman mereka melalui like, komentar, dan berbagai fitur lainnya. Selain itu, Facebook juga menjadi tuan rumah untuk berbagai grup dan halaman yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat atau kegiatan yang sama. Daya tarik media sosial tak hanya terletak pada kemudahannya diakses, tetapi juga pada kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan terbuka. Tidak hanya terpaku pada teks, media sosial juga memfasilitasi pertukaran pesan dalam berbagai format, termasuk audio visual.

Dalam tinjauan teoretisnya, Van Dijk menggambarkan media sosial sebagai suatu ruang komunikasi yang memungkinkan partisipasi aktif dari pengguna dalam pembuatan dan penyebaran konten. Definisi ini mencerminkan perubahan mendalam dalam paradigma komunikasi, yang kini tidak hanya bersifat satu arah tetapi juga dinamis dan interaktif. Dengan demikian, media sosial tidak hanya sekadar menyediakan informasi, tetapi juga menciptakan lingkungan tempat interaksi sosial dan pertukaran gagasan berkembang secara terus-menerus.

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang lazim digunakan oleh berbagai entitas, mulai dari komunitas hingga lembaga pemerintahan. Memiliki potensi paparan yang

luas, media sosial menjadi alat yang efektif bagi humas lembaga pemerintahan untuk menyebarkan informasi kepada publik secara cepat dan luas. Contoh konkret dari penerapan ini adalah melalui program Setneg Mantul (Mantap Betul) yang diselenggarakan oleh Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara yang mengadakan workshop pengelolaan media sosial untuk instansi pemerintahan. Sebagai contoh, pada tahun 2020, workshop tersebut diikuti oleh 168 peserta dari berbagai kalangan pejabat di lingkungan kementerian (Sumber: Mahdi, 2022).

Media sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dari media konvensional. Nasrullah (2016) menyoroti beberapa aspek khas dari media sosial, antara lain: jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna. Jaringan dalam media sosial memungkinkan koneksi antar perangkat, memfasilitasi interaksi dan pertukaran data. Informasi yang melimpah dalam media sosial digunakan untuk berinteraksi, menciptakan konten, dan merepresentasikan diri. Media sosial juga menyediakan fitur arsip, memungkinkan pengguna mengakses informasi yang tersimpan kapan pun dan di mana pun. Interaksi aktif antar pengguna menjadi ciri khas lainnya, membedakan media sosial dari media konvensional. Selain itu, media sosial juga menciptakan masyarakat virtual dengan pola-pola unik yang mungkin tidak ditemui dalam kehidupan nyata. Konten yang dipertukarkan di media sosial sepenuhnya berasal dari pengguna, menandai kebebasan dan fleksibilitas dalam pembuatan konten, berbeda dengan media konvensional yang cenderung didominasi oleh konten yang dibuat oleh editor.

Media sosial memiliki beragam jenis yang berbeda dalam hal fungsi dan fitur. Menurut Nasrullah (2016), enam klasifikasi utama media sosial yang membantu memahaminya lebih lanjut adalah: jejaring sosial, blog, microblog, berbagi media, penanda sosial, dan wiki. Jejaring sosial seperti Facebook dan LinkedIn adalah platform untuk menjalin hubungan sosial di dunia maya. Blog awalnya digunakan sebagai jurnal online yang kini juga menjadi tempat untuk membagikan tulisan tentang aktivitas sehari-hari. Microblog seperti Twitter memungkinkan pengguna untuk berbagi pikiran dan kesibukan dengan batasan karakter. Berbagi media seperti Instagram dan Youtube memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan lainnya. Penanda sosial seperti Pinterest dan Reddit memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mencari informasi secara daring. Sedangkan wiki adalah platform kolaboratif di mana informasi dibuat dan dikelola oleh para pengguna internet,

mirip dengan ensiklopedia daring. Dengan berbagai jenis ini, media sosial memberikan ruang untuk berinteraksi, berbagi, dan belajar secara daring.

Media sosial adalah *platform online* yang memungkinkan kita untuk membuat profil pribadi dan berinteraksi dengan orang lain, meskipun mereka berada di lokasi yang berbeda. Popularitas media sosial telah menginspirasi penggunaannya dalam membangun dan menjaga reputasi serta popularitas seseorang dengan mudah dan cepat. Salah satu *platform* yang paling sering digunakan untuk tujuan ini adalah Instagram yang kini lebih banyak digunakan untuk membangun citra positif daripada untuk interaksi sosial atau berbagi konten visual (Ramadhan, 2019). Citra diri di media sosial terbentuk melalui unggahan foto atau konten lainnya, dan Instagram khususnya memiliki peran penting dalam membangun citra visual seseorang. Citra diri bisa tetap stabil seiring waktu atau berubah secara dinamis, tergantung pada pengalaman dan pemikiran individu (Efendi, 2017). Contohnya, lembaga pemerintah bidang eksekutif yakni Presiden Joko Widodo menggunakan Instagram dengan akun @Jokowi sebagai media sosial utama yang menunjukkan betapa pentingnya Instagram dalam pemanfaatan media sosial saat ini.

Media sosial, terutama Instagram, berperan penting bagi Jokowi dalam berkomunikasi dengan publiknya. Aktivitas Instagram Jokowi yang sangat aktif selama menunjukkan kepentingan politisnya dalam membangun citra. Studi ini menyoroti pentingnya konten Instagram Jokowi dalam membangun citra politiknya. Instagram menjadi *platform* utama untuk memantau aktivitas presiden dan wakil presiden. Dengan jutaan pengikut, akun Instagram Jokowi memberikan peluang besar untuk memengaruhi opini publik (Ma'aruf & Putra, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan menguraikan peranan serta dampak penggunaan media sosial Instagram dalam membangun citra positif Presiden Joko Widodo. Hal ini dilakukan dalam upaya menjawab pertanyaan pokok dalam penelitian ini, yakni bagaimana media sosial Instagram digunakan untuk memperkuat citra positif Presiden Joko Widodo serta bagaimana proses interaksi komunikasi yang terjadi di platform tersebut. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang strategi dan taktik yang digunakan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperkuat dan memperluas jangkauan pesan-pesan politik yang mendukung Joko Widodo. Dengan memahami dinamika interaksi dan konten yang diposting di Instagram, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial telah

berperan dalam merancang dan membentuk opini publik terhadap presiden.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif dengan menjabarkan temuan berdasarkan literatur yang ada. Data yang digunakan yakni data sekunder seperti artikel, berita, buku, data instansi maupun referensi tertulis lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian. Paradigma Konstruktivisme juga menjadi bagian dalam metode penelitian ini. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang melihat kebenaran realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme juga disebut interpretivisme, dan memandang bahwa individu menciptakan pemahaman dan makna secara subjektif dari pengalaman kehidupan nyata mereka sehingga realitas yang ada beragam. Penelitian ini mengadopsi Paradigma Konstruktivisme karena peneliti tertarik pada pembentukan realitas sosial yang dipandang sebagai hasil dari konstruksi sosial. Paradigma ini memandang kebenaran dari realitas sosial sebagai relatif, dan memperhatikan bagaimana individu-subjektivitas dalam memahami dunia sosial mereka, khususnya terkait dengan interpretasi konten Instagram Joko Widodo yang mempengaruhi citranya.

Penelitian sebelumnya oleh Lani & Handayani (2021) membahas tentang peran Humas Pemerintahan dalam membangun reputasi positif bagi organisasi pemerintah. Dari penelitian tersebut, diketahui bahwa proses Humas Pemerintahan adalah suatu proses yang berkelanjutan dan melibatkan berbagai aspek, serta memerlukan ahli di berbagai bidang untuk menjalankan proses tersebut secara profesional. Humas juga dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media cetak dan mediasosial. Penelitian lain oleh Lubis (2012) meneliti peran Humas dalam membentuk citra positif bagi pemerintah setempat, khususnya pada Sekda Provinsi Riau. Ditemukan bahwa pelaksanaan peran Humas belum optimal karena diseminasi informasi masih bersifat satu arah dan terhambat oleh keterbatasan infrastruktur serta kurangnya koordinasi di antara anggota tim.

Penelitian ini lebih menekankan pentingnya penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah dalam mencapai tujuan komunikasi mereka. Media sosial dianggap memiliki peran yang signifikan dalam membantu Lembaga Pemerintahan mencapai tujuan komunikasi mereka dengan lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengulas berbagai peran media sosial bagi Lembaga Pemerintahan guna mencapai tujuan komunikasi

lembaga pemerintah dengan lebih efektif dan berhasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo (Instagram @jokowi)



(Sumber: Instagram @jokowi)

Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo menjadi hal yang krusial dalam membangun persepsi baik di masyarakat terkait kinerja presiden dan pemerintahan. Instagram memberikan ruang yang luas bagi siapapun untuk membangun citra mereka secara positif di mata publik. Melalui Instagram, para elit politik dapat dengan bebas mengunggah konten seperti teks, foto dan video yang dianggap dapat meningkatkan atau mempertahankan citra mereka.



(Sumber: Instagram @jokowi)



(Sumber: Instagram @jokowi)

Postingan yang dibagikan oleh Joko Widodo dan tim, seperti foto kunjungan ke pasar pada foto diatas dalam upaya pengawasan stabilisasi bahan pangan memberikan gambaran bahwa Presiden turun tangan langsung ke lokasi untuk memastikan bahwa kegiatan atau transaksi ekonomi di pasar batu karawang sudah mencapai kestabilan. Dalam unggahan tersebut mampu meningkatkan kepercayaan diri masyarakat bahwa Joko Widodo menjadi pemimpin yang tidak hanya diam dan menutup telinga terhadap keluhan masyarakat. Foto-foto kunjungan yang dilakukan Joko Widodo yang berfokus pada kebersamaan dan keterlibatan langsung dengan rakyat, dinilai berbeda dan berhasil menarik perhatian publik (Fadiyah & Simorangkir,2021). Media sosial Instagram memungkinkan Joko Widodo untuk menyampaikan pesan secara luas dan mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai lapisan. Ini menjadi alternatif efektif dalam mencapai tujuan membangun citra positifnya (Fadiyah & Simorangkir, 2021).

Pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun citra positif Presiden Joko Widodo menjadi topik penting dalam konteks komunikasi politik modern (Fadiyah & Simorangkir, 2021). Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, memberikan kesempatan bagi para pemimpin politik untuk membangun citra mereka secara

langsung kepada publik. Pemanfaatan Instagram oleh Joko Widodo menjadi sorotan karena perannya dalam membentuk persepsi masyarakat di Indonesia. Penggunaan Instagram oleh Joko Widodo memungkinkan dia untuk berinteraksi langsung dengan pengikutnya, membagikan momen-momen penting, serta mengungkapkan pandangannya terhadap isu-isu tertentu. Melalui unggahan foto, video, dan keterangan, Joko Widodo dapat memperlihatkan sisi-sisi manusiawinya, keterlibatannya dalam kegiatan sosial, dan pencapaian-pencapaian yang telah dia raih sebagai presiden. Dengan demikian, Instagram menjadi alat yang efektif bagi Joko Widodo untuk memperkuat citra kepemimpinannya dan meningkatkan popularitasnya di mata masyarakat.

Selain itu, melalui Instagram, Joko Widodo juga dapat menyebarkan pesan-pesan politiknya secara langsung kepada publik. Ia dapat memanfaatkan *platform* ini untuk mengkomunikasikan visi, program-program pemerintah, serta pencapaian-pencapaian yang telah diraih selama masa pemerintahannya. Dengan demikian, Instagram menjadi saluran komunikasi yang efektif bagi Joko Widodo untuk mempengaruhi opini publik dan memperkuat dukungan terhadap kepemimpinannya. Namun demikian, penting untuk diingat bahwa pemanfaatan Instagram dalam membangun citra positif tidak selalu tanpa risiko. Konten-konten yang diunggah oleh Joko Widodo dapat menjadi sasaran kritik dan serangan dari lawan politik atau pihak-pihak yang tidak setuju dengan kebijakannya.

Oleh karena itu, Joko Widodo dan tim perlu memperhatikan dengan cermat strategi komunikasi yang mereka gunakan di platform media sosial ini, serta respons terhadap kritik dan pertanyaan dari publik. Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial Instagram oleh Presiden Joko Widodo dalam membangun citra positifnya merupakan contoh konkret dari bagaimana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap komunikasi politik. Dengan memanfaatkan Instagram secara efektif, Joko Widodo dapat memperluas jangkauan komunikasinya, memperkuat hubungannya dengan masyarakat, serta memperkuat posisinya sebagai pemimpin yang dihormati dan dipercaya (Fadiyah & Simorangkir, 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini menggali peran dan dampak pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun citra positif Presiden Joko Widodo. Melalui Instagram, Jokowi dapat berinteraksi langsung dengan publik, membagikan momen penting, serta menyampaikan pesan politiknya. Hal ini memperkuat citra kepemimpinannya dan meningkatkan

popularitasnya. Namun, pemanfaatan Instagram juga membawa risikokritik dan serangan dari lawan politik. Secara keseluruhan, Instagram menjadi alat efektif bagi Jokowi untuk memengaruhi opini publik dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin yang dihormati dan dipercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12-24. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>
- Fadiyah., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*. 3(1); 13-27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Kemp, S. (2022). DIGITAL 2022: OCTOBER GLOBAL STATSHOT REPORT. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot/>
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60
- Mahdi, M. I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. *Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhan, M. G. J. 2019. Efektifitas Sosial Media Instagram @Jokowi Dalam Membentuk Personal Branding Pada Kampanye Pilpres 2019. *Universitas Muhammadiyah Tangerang* 2(1). <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/arn48>
- Riyanto, A. D. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. <https://andi.link/hootsuite-weare-social-indonesian-digital-report-2022/>