

Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun @narasinewsroom Pemanfaatan dalam aktivitas Komunikasi Politik

Winda Kustiawan, Zulita Mega Aggriany, Rita Damayanti Silitonga, Rindy Winanti, Joni Romaito Ritonga
UIN Sumatera Utara Medan

zulitaaggriany@gmail.com

Abstrak

Sebagai media baru, banyak fitur yang bisa dimanfaatkan dan dikembangkan oleh setiap pengguna sesuai dengan kreativitas kemampuan pengetahuannya dalam mengembangkan suatu teknologi. Termasuk Instagram. Saat ini penggunaan Instagram sebagai media komunikasi massa terutama dalam hal promosi sudah tidak asing lagi bagi masyarakat yang merasakan perkembangan teknologi yang begitu cepat dan pesat seperti saat ini, baik itu untuk menyampaikan pesan individual, promosi jasa atau produk dari berbagai sifat bidang. Termasuk dari bidang politik ini. Sebagai keterkaitannya dalam penelitian ini, Instagram dapat digunakan sebagai media komunikasi politik. Salah satunya dari akun @narasinewsroom, yang menjadikan Instagram sebagai pemanfaatan aktivitas politik pada media baru ini. Sehubungan dengan penelitian ini, maka kami ingin menganalisis tentang aktivitas Instagram sebagai sarana aktivitas komunikasi politik di akun Instagram @narasinewsroom. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif, yang dimana kami ingin mengungkapkan dan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul dan tentu saja terkait dengan penelitian ini.

Kata kunci: instagram, media, komunikasi politik

PENDAHULUAN

Pada era serba digital, kehadiran media baru khususnya media sosial Instagram tentu dijadikan sebagai alat komunikasi. Media sosial sendiri merupakan sebuah media jaringan internet atau *online*, yang di mana para penggunanya bisa dengan menggunakan, membagikan, dan menciptakan isi pesan yang dalam muatan visualisasi dan audio.

Media sosial telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia dalam perkembangan zamannya untuk selalu terhubung dengan siapapun dan kapanpun dalam melakukan aktivitas komunikasi. Dan lambat laun, komunikasi melalui media sosial ini membawa masyarakat menjadi tidak biasa lepas dari kehidupan sehari-harinya.

Dalam penggunaan media sosial Instagram ini, tentu saja seseorang memiliki kebutuhan berbeda-beda tergantung apa yang diinginkan dari masing-masing individunya. Termasuk di bidang politik. Para pelaku politik atau politisi dan informasi tentu tidak dapat dipisahkan, sehingga ruang media sosial tidak lepas digunakan para politisi untuk menyampaikan informasi kegiatan apa yang dilakukan. Instagram digunakan sebagai media komunikasi digital yang baru sebagai sebuah fenomena penyedia wadah yang memenuhi kebutuhan komunikasi politik yang penuh akan informasi. Oleh karena itu, saat ini banyak politisi yang menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial utama selain Facebook sebagai sarana komunikasi politik. Para pelaku politik tentu dapat menyampaikan kepada khalayak umum mengenai aktivitas politik kepada khalayak. Termasuk yang dilakukan oleh salah satu akun penyedia berita dan informasi, @narasinewsroom.

Tidak ada peristiwa politik yang luput dari komunikasi politik ini. Komunikasi politik tentu dikemas oleh masing-masing pemeran profesional politik sebagai tujuan partai atau kepentingan kandidat. Untuk mencapai khalayak politik secara luas, tentu saja komunikasi politik dilaksanakan melalui beragam saluran dan media.

Komunikasi politik merupakan proses komunikasi yang mentransformasikan pesan-pesan yang bermuatan politik, yaitu segala bentuk aktifitas atau kegiatan politik mengandung pesan yang mencakup semua bentuk ide, sikap dan perilaku politik. Semua kegiatan politik ini berdasarkan aturan-aturan politik yang berlaku. (Wahid, 2016)

Akun Instagram @narasinewsroom ini menjadi bagian dari Narasi atau Narasi TV. Narasi sendiri adalah platform informasi yang menggunakan internet sebagai media penyampaian informasi. Narasi memiliki berbagai macam platform informasi diberbagai media sosial dengan nama yang berbeda pula. Seperti, narasinewsroom merupakan platform informasi politik, Narasi daily merupakan platform informasi harian, Women by Narasi merupakan platform informasi wanita-wanita hebat, Narasi People merupakan platform informasi masyarakat umum yang berjuang untuk kehidupannya. Masih banyak lagi program-program yang ada di platform informasi Narasi atau Narasi TV, seperti get started, mata najwa, musyawarah, namanya juga lyfe, bongkar, buka mata dan masih banyak lainnya.

KERANGKA PEMIKIRAN

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bagian dari komunikasi yang dalam aktivitasnya menggunakan alat media untuk menyampaikan pesan agar tersampaikan dengan luas kepada khalayak tanpa batasan ruang dan waktu.

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media, yang dimana media ini dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru dunia. (Vera, 2016)

Menurut Mc Quail, "Salah satu definisi yaitu Janowitz menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khalayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar.

Komunikasi massa penyampaian pesan melalui media massa seperti (radio, film, media digital dan sebagainya) yang penyampaiannya bersifat umum dan luas kepada khalayak.

Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu bentuk media massa yang paling banyak diminati sebab media sosial menawarkan penyampaian informasi yang lebih cepat dan komunikasi dua arah yang membuat penggunanya dapat saling berinteraksi satu dengan yang lainnya secara *daring*. Media sosial merupakan media untuk bersosialisasi sehingga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat lebih cepat karena ketergantungan masyarakat terhadap apa yang diinformasikan melalui media sosial.

Dalam Nasrullah, perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi "Media Sosial", dikatakan bahwa:

Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagai data, seperti audio dan video. (Nasrullah, 2009)

Media sosial adalah wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi kepada khalayak yang bisa berupa tulisan, audio dan visual. Berikut karakteristik media sosial:

- a. Jaringan (*network*)
Jaringan atau *network* bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.
- b. Informasi (*information*)
Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten dan juga melakukan interaksi berdasarkan informasi.
- c. Arsip (*archive*)
Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah disampaikan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi (*interactivity*)
Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna.
- e. Simulasi (*simulation*) sosial

Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berada dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

f. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC).

g. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran merupakan karakter lainnya dari media sosial.

Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh masing-masing penggunanya.

Komunikasi Politik

Dalam kamus Analisa Politik, dijelaskan bahwa komunikasi politik adalah penyebaran aksi, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan dan lainnya. Kebanyakan komunikasi politik ini merupakan lapangan wewenang lembaga-lembaga khusus, seperti media massa, badan informasi pemerintah atau parpol. Namun demikian, komunikasi politik dapat ditemukan dalam setiap lingkungan sosial, mulai dari lingkup dua orang hingga ruang kantor parlemen.

Komunikasi politik merupakan penyampaian pesan politik kepada khalayak meliputi kebijakan-kebijakan atau aturan-aturan yang disampaikan kepada khalayak.

Komunikasi politik yang dilakukan berkaitan dengan matriks sosial dan sistem politik serta komunikasi yang berlaku pada suatu negara atau organisasi. Negara melahirkan kebijakan berupa undang-undang dan aturan-aturan yang mendukung keberagaman bentuk komunikasi politik. Adapun beberapa bentuk komunikasi politik yang telah dikenal dan dilakukan oleh para politikus, yaitu:

- a. Retorika politik
- b. Agitasi politik
- c. Propaganda politik
- d. Public relations politik
- e. Lobi politik
- f. Kampanye politik
- g. Pemasaran politik
- h. Branding dan promosi politik
- i. Penelitian politik

Bentuk-bentuk komunikasi politik tersebut dipilih sesuai dengan kebutuhan komunikator politik, cakupan masalah dan wilayah saran, karakteristik khalayak, biaya politik, serta tujuan dari proses komunikasi politik.

Dalam Nasrullah, perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi “ Media Sosial di Bandung 2007, mengatakan bahwa: “Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah.

Pemanfaatan Sosial Media Pada Aktivitas Komunikasi Politik

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat penyampaian suatu informasi menjadi lebih efektif dan efisien. Internet dan sosial media adalah media massa yang mampu mencakup banyak penerima pesan (komunikator). Penyampaian pesan juga dapat diterima sekaligus dan tidak mengenal batas geografis.

Perkembangan teknologi informasi ini disambut dengan sangat baik oleh setiap komunikator politik. Komunikator politik tidak perlu berteriak-teriak untuk menyampaikan strategi politiknya kepada masyarakat seperti apa yang dilakukan orang terdahulu. Dengan adanya sosial media, komunikator politik cukup memposting apa yang menjadi program kerjanya, masyarakat pengguna sosial media akan menerima informasi tersebut.

Media sosial memang menawarkan peluang bagi para aktor politik untuk bisa menjangkau pemilih, berinteraksi secara langsung dengan publik sekaligus membentuk perbincangan yang “akrab” dengan publik. Tetapi di sisi lain, media sosial juga dapat membuat aktor politik menjadi bahan tertawaan atau bahkan caci maki dari publik. Sebuah pertanyaan kritis diajukan oleh Momoc (2011)

Sosial media juga banyak memiliki fitur yang dapat membantu komunikator politik dalam membangun dan memecahkan suatu masalah yang sedang terjadi dan berkembang di tengah-tengah masyarakat. Seperti fitur comment, pengguna sosial media bisa berpendapat atau menyampaikan aspirasinya melalui fitur ini. Dengan itu,

komunikator politik dapat mempertimbangkan apa yang telah disampaikan pada kolom komentar pada sebuah postingan yang nantinya menjadi evaluasi bagi komunikator politik juga partai politik.

Media digital membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan meningkatkan kemungkinan interaksi antara elemen penting didalamnya yakni partai dan institusi negara yang disebut sebagai *elitedan* warga negara atau *non-elite*. Hal tersebut dilandasi oleh karakter baru Internet yang tidak dimiliki media massa tradisional yakni interaktif, aktif dan kreatif, langsung, menjamin kesetaraan dan berjejaring (Dijk, 2013).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah dengan melakukan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif berasal dari pendekatan *interpretative* (subjektif). Menurut Kriyantono, metodologi kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling yang sangat terbatas. Jika ada data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Karena penelitian ini yang ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data dan bukan banyaknya (kuantitas) data. (Kriyantono, 2012)

Penelitian kualitatif lebih menekankan kualitas dalam penelitiannya, dengan menjadikan dirinya sebagai instrumen dalam penelitian, karena digunakan untuk mencari dan menelaah subjek dari penelitian.

Metode penelitian terdiri dari berbagai teknik penelitian. Metode atau teknik kuantitatif atau kualitatif yang digunakan haruslah sesuai dengan kerangka teoritis yang diasumsikan. Data penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana peneliti mencoba menjelaskan gejala-gejala yang terjadi di lapangan dengan kata-kata tidak dalam bentuk bilangan, pengaplikasiannya dengan cara pengumpulan data melalui wawancara. (Moloeng, 2014)

Peneliti menggunakan metode deskriptif. Karena metode ini menggambarkan realitas yang terjadi yang menjadi objek penelitian dan berupaya untuk menarik realitas ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi dan situasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

@narasinewsroom merupakan nama akun sosial media Instagram yang menjadi bagian dari Narasi atau Narasi TV. Narasi sendiri adalah platform informasi yang menggunakan internet sebagai media penyampaian informasi. Narasi memiliki berbagai macam platform informasi diberbagai media sosial dengan nama yang berbeda pula. Seperti, narasinewsroom merupakan platform informasi politik, Narasi daily merupakan platform informasi harian, Women by Narasi merupakan platform informasi wanita-wanita hebat, Narasi People merupakan platform informasi masyarakat awam yang berjuang untuk kehidupannya. Masih banyak lagi program-program yang ada di platform informasi Narasi atau Narasi TV, seperti get started, mata najwa, musyawarah, namanya juga lyfe, bongkar, buka mata dan masih banyak lainnya.

A. Biodata Narasi TV

PT Narasi Media Pracaya, beroperasi dengan nama Narasi (juga dikenal sebagai Narasi.tv) adalah sebuah perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang jurnalisme dan media massa. Perusahaan ini didirikan oleh mantan penyiar MetroTV Najwa Shihab pada awal tahun 2018. Perusahaan ini menjadi rumah produksi bagi acara gelar wicaranya, Mata Najwa, yang mulai ditayangkan kembali di stasiun televisi Trans7 sejak 10 Januari 2018 sebelum akhirnya berpindah menjadi gelar wicara yang ditayangkan secara digital sejak 2022. Tidak hanya memproduksi Mata Najwa, Narasi juga memproduksi konten jurnalisme dalam bentuk video, perbincangan, reportase, kemasn dokumenter, opini dan ruang interaksi, dan sebagainya.

Narasi atau Narasi TV adalah platform informasi yang dibangun oleh Najwa Shihab dan Dahlia Citra, berangkat dari keprihatinan bagaimana sebagian media televisi *mainstream* itu terkesan memprioritaskan *rating*. Dulu di TV mereka sempat membuat program-program yang bertujuan untuk edukasi dan menginspirasi. Tapi pada akhirnya harus berakhir karena berdasarkan *rating*, sebagian besar penonton televisi lebih menyukai program jenis lain. Juga seringkali mereka berhadapan dengan situasi yang tidak ideal karena program yang laris ditonton dan disponsori adalah program dengan *rating* tinggi.

Narasi tv saat ini dikenal sebagai salah satu media yang bersikap netral dalam menyampaikan informasi, termasuk informasi politik. Narasi tv platform yang tidak berat sebelah pihak, hal ini melihat fakta narasi tv dalam menyampaikan informasi. *Image* ini juga terbangun karena salah satu pemiliknya yaitu Najwa Shihab

yang merupakan reporter dan seorang jurnalis yang dikenal menyajikan informasi berdasarkan fakta-fakta yang sehingga ia mampu menaklukkan setiap narasumbernya. Narasi tv tidak hanya menyampaikan informasi politik atau berita kenegaraan saja, tetapi juga sebagai platform entertainment yang menyajikan hiburan lain seperti talkshow, podcast, dan music.

B. Media Sosial yang digunakan Pada Platform Narasi

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat setiap media berlomba-lomba memberikan informasi dengan cara yang paling terbaru agar lebih efektif dan efisien. Media sosial mempunyai kekuatan dalam memengaruhi opini publik. Penggalangan dukungan melalui media sosial menjadi lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam babak baru dari perspektif komunikasi politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara *online* dalam waktu yang cepat (Budiyono, 2017).

Media sosial sebagai media alternatif yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi, sesungguhnya memiliki banyak manfaat dalam rangka meningkatkan pemahaman terhadap demokratisasi komunikasi menuju masyarakat informasi yang adil sejahtera (Susanto, 2017).

Narasi atau Narasi TV selain menggunakan website atau portal berita tetapi juga memiliki atau menggunakan berbagai sosial media dalam menyampaikan informasi kepada audiensnya. Sosial media yang digunakan seperti Facebook, Instagram, twitter, dan youtube. Hampir semua program dari narasi TV menggunakan keempat sosial media tersebut. Penggunaan sosial media tersebut bukan tanpa alasan. Hal ini karena banyaknya pengguna sosial media yang menjadi audiens setiap informasi yang disampaikan.

Salah satu contoh keberhasilan dalam pemanfaatan sosial media sebagai platform informasi yaitu memiliki pengikut atau followers yang banyak serta memiliki audiens (followers) yang responsive pada setiap informasi yang diposting di sebuah akun sosial media. Hal tersebut dimiliki oleh platform narasi tv.

C. Partisipasi Akun @narasinewsroom Dalam Menyampaikan Informasi

Akun @narasinewsroom merupakan bagian dari narasi tv dengan menggunakan sosial media Instagram dan twitter merupakan program berita yang menampilkan hardnews setiap harinya dalam bentuk gambar dan video secara aktual dan factual. Pada akun ini menampilkan informasi berupa gambar dan video yang bersifat investigasi, explainer, dan cerita. Secara keseluruhan akun ini lebih menampilkan informasi politik atau berita kenegaraan yang ada di Indonesia maupun dari luar negeri. Namun, akun ini juga banyak menyajikan informasi yang sedang hangat diperbincangkan.

Hingga saat karya ilmiah ini ditulis akun instagram @narasinewsroom sudah menyajikan informasi sebanyak 7.535 postingan dengan 8.095 followers dan pada akun twitternya @narasinewsroom memiliki sebanyak 9.766 pengikut. Serta disetiap postingan video memiliki *viewers* ribuan bahkan ratusan ribu tak jarang pula banyak pengguna yang mengomentari atau sekedar menyakpaikan opininya dikolom komentar pada setiap postingan. Tampilan gambar dan video yang menarik membuat para pengikutnya mudah memahami setiap informasi yang disajikan pada akun ini.

Visi dan misi Narasi tv hadir sebagai media yang mampu mengkritisi berbagai permasalahan yang ada di sekitarnya tetapi juga perlu memberi solusi atas masalah tersebut. Dalam mencapai visinya tersebut, Narasi tv mempunyai tiga misi, yaitu konten, komunitas, dan kolaborasi (3K). Menurut Najwa Shihab, salah satu pendiri Narasi tv, konten bukan merupakan hal yang harus diutamakan karena setiap media tentu akan mengutamakan kontennya untuk menyebarkan berita atau informasinya, tetapi konten tetap harus dibuat dengan benar-benar bagus.

Sesuai visi misi narasi tv tersebut maka akun @narasinewsroom berusaha menghadirkan dan menyajikan informasi pada setiap postingan dengan konten-konten yang menarik dan unik tetapi tidak meninggalkan unsur pesan yang ingin disampaikan kepada audiens sehingga informasi tetap tersaji dengan baik. Karena narasi tv memiliki tujuan yang mengutamakan informasi tersampaikan kepada audiens dengan baik dengan benar. Dalam

menyajikan informasi narasnewsroom juga tidak lupa untuk menampilkan serta menjelaskan sumber data informasi secara rinci.

D. Bentuk Aktivitas Komunikasi Politik Pada Akun @narasnewsroom

Media massa merupakan sarana penyampaian informasi kepada khalayak banyak. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat menghasilkan sosial media yang menjadi sarana penyampaian informasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dari usia dan kalangan apapun. Komunikasi politik memiliki komunikasi yaitu khalayak ramai atau masyarakat. Karena hal itu penggunaan sosial media pada aktivitas komunikasi politik sangat memiliki manfaat besar.

Dengan sosial media setiap komunikator politik mampu mencakup khalayak yang sangat ramai hanya dengan satu kilik, satu gambar, satu video dalam satu potingan. Kefektifitasan dan keevisiensi dalam menyampaikan pesan sangat dibutuhkan agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan sangat baik. Aktivitas komunikasi politik dengan menggunakan sosial media juga memiliki keunggulan pada responsive yang dimiliki setiap penggunaannya. Setiap pengguna bisa mengomentari dan memberikan pendapat terhadap informasi politik yang diterimanya. Hal itu membuat komunikator politik memiliki saran atas kebijakan yang diinformasikan dengan menggunakan sosial media.

Semua bentuk komunikasi politik itu berkaitan dengan pembentukan citra dan opini publik yang positif. Hal itu dapat berkaitan dengan upaya memenangkan pemilu agar dapat meraih kekuasaan dan kedudukan politik di lembaga legislatif atau eksekutif sehingga dapat membuat kebijakan politik yang sesuai dengan visi misi dan program politik para komunikator politik terutama para politikus dan partai politiknya.

Narasnewsroom hadir sebagai platform yang menjadi sarana antara komunikator politik dan komunikannya dalam memberi dan menerima setiap informasi atau kebijakan politik. Image yang dihadirkan sejak awal bahwa narasi tv menghadirkan berita secara fakta membuat khalayak yang membaca menerima informasi meyakini apa yang disajikan narasnewsroom adalah berita politik yang bersih tanpa adanya kepentingan politik. Karena hal itu khalayak mampu menentukan pilihannya sesuai fakta yang disajikan.

Mempertimbangkan kekuatan *platform* media sosial untuk menyebarkan informasi penting serta besar ke audiens yang lebih luas, dan berkaca pada keberhasilan industri bisnis memasarkan produk mereka kepada pelanggan yang lebih luas dengan cara yang efisien dan efektif. Saat ini politisi cenderung merangkul komunikasi media sosial sebagai strategi mereka untuk berkomunikasi dengan audiens potensial mereka (Nulty, Theocharis, Popa, Parnet, & Benoit, 2016), dengan media sosial sekarang telah menjadi platform utama untuk kampanye politik untuk mendapatkan dukungan dari calon pemilih, untuk mengumpulkan dana untuk partai politik, dan tujuan politik lainnya.

KESIMPULAN

Dalam pemanfaatan media sosial terutama Instagram, @narasnewsroom sebagai penyedia konten terutama dalam aktivitas politik menyajikan banyak kebutuhan bagi para pengguna dan penikmat media Instagram seperti kebutuhan kognitif, kebutuhan integritas personal, kebutuhan integritas sosial dan kebutuhan akan hiburan.

@narasnewsroom hadir dengan caranya yang aktraktif dalam menarik audiens untuk merasakan penyajian informasi yang tersedia.

Pada sisi kognitifnya, dapat dilihat bahwa melalui Instagram masyarakat tidak ketinggalan informasi mengenai perpolitikan yang ada dan juga informasi yang beredar.

Kebutuhan afektif yang disajikan @narasnewsroom ini masih bisa dengan leluasa memberikan informasi yang dimana bisa memuaskan batin masyarakat dengan mencari informasi terkait keebutuhan atau keinginan tahanan mereka kapanpun dan dimanapun.

@narasnewsroom dapat memenuhi kebutuhan integrasi sosial dengan masyarakat. Dengan fitur pesan dan komentar di Instagram, masyarakat dapat mengirimkan pesan untuk mengungkapkan aspirasi masyarakat, tanpa harus bertatap muka.

Oleh karena itu, Instagram dapat direkomendasikan sebagai media sosial yang efektif dalam komunikasi, karena melalui Instagram ini seseorang bisa memanfaatkan situasi komunikasi politik dengan berkomunikasi dan membagikan visual dan audio (foto atau video) hingga berbalas pesan. Semakin berkembangnya media sosial

seperti Instagram ini, diharapkan banyak orang bisa memanfaatkan platform dengan tepat dan bijak dan bisa memenuhi kebutuhan akan informasi terutama dalam aktivitas komunikasi politik.

DAFTAR PUSTAKA

Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moloeng, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja.

Nasrullah, R. (2009). *Media Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik*.