

**POLA PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM SITUASI KRISIS PERUBAHAN KELEMBAGAAN: KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI DAN PERUBAHAN UNDANG-UNDANG**

<sup>1)</sup>Venny Irliani Amanah

<sup>1)</sup>[irlianivenny@gmail.com](mailto:irlianivenny@gmail.com)

<sup>1)</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

*Abstract; This research discusses the use of social media instagram KPK @KPK\_RI. Social media is the fastest media in disseminating information because people can easily participate and share information using the internet network. This study uses a constructivism paradigm and qualitative descriptive by using a case study research method that aims to systematically explain a fact carefully. Data collection techniques with in-depth interviews and documentation. The pattern of using Instagram in the face of institutional crises, which leads to the statement of the leadership's attitude towards rejection of the revision of the Law which results in strategic changes in content management on Instagram @ official.kpk, the pattern of using Instagram during normal conditions and in crisis situations because it involves the content planning process until Publication gatekeeping flow adapts to demands as a channel of institutional crisis communication. In the crisis conditions of the change in the KPK law in September-October 2019, the Public Relations Bureau regulates the management strategy of Instagram @ official.kpk with a focus on content related to the revision of the KPK Law and optimizing Instagram features. Starting from live Instagram, Instagram feed, and Instagram story to provide information to the public regarding points that weaken the KPK and build relationships with the public and restore public trust.*

*Keywords: Social Media, KPK Law Revision, and Institutional Crisis*

Abstrak ; Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram KPK @KPK\_RI. Media sosial menjadi media yang tercepat dalam penyebarluasan informasi karena masyarakat dapat dengan mudah berpartisipasi dan saling berbagi informasi dengan menggunakan jaringan internet. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus yang bertujuan menjelaskan secara sistematis suatu fakta secara cermat. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Pola pemanfaatan instagram dalam menghadapi krisis lembaga yaitu mengarah pada pernyataan sikap pimpinan terhadap penolakan revisi Undang-undang yang mengakibatkan perubahan strategis dalam pengelola konten di Instagram @official.kpk, pola pemanfaatan Instagram saat kondisi normal dan dalam situasi krisis karena menyangkut pada proses perencanaan konten hingga alur gatekeeping publikasi menyesuaikan tuntutan sebagai salah satu saluran komunikasi krisis lembaga. Kondisi krisis perubahan undang-undang KPK di bulan September-Oktober 2019, Biro Humas mengatur startegi pengelolaan Instagram @official.kpk dengan fokus konten terkait revisi Undang-undang KPK dan mengoptimalkan fitur instagram. Mulai dari *live instagram*, *feed instagram* ,dan *instagram story* untuk memberikan informasi kepada publik terkait poin-poin yang melemahkan KPK serta membangun hubungan dengan publik dan memulihkan kepercayaan publik.

Kata Kunci : *Media Sosial, Revisi UU KPK, dan Krisis Lembaga*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Pada era globalisasi ini, perkembangan dunia teknologi bukan hal baru lagi untuk dibicarakan. Teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat dan mendunia. Kemajuan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini terbukti dari hadirnya internet sebagai media baru yang memberikan kelebihan dan daya tarik dalam menyediakan berbagai informasi kepada setiap individu, baik tentang pendidikan, kesehatan, kuliner atau bahkan tentang hiburan seperti berbagai jenis permainan dan musik. Beragamnya kelebihan yang diberikan perkembangan teknologi membuat kemudahan dalam segala bidang kehidupan dan juga memberikan cara berpikir yang baru pada manusia.

Berdasarkan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2018 terdapat 171,17 juta jiwa dari total penduduk Indonesia 264,16 juta orang dengan penetrasi pengguna Internet di Indonesia 64,8%. Survei APJII juga menemukan bahwa media sosial merupakan layanan yang paling banyak diakses menggunakan internet kedua (87,13%), setelah layanan pesan singkat (89,35%). Popularitas media sosial bahkan mengalahkan layanan mesin pencari yang berada di posisi ketiga dengan tingkat penggunaan sebesar 74,84%. Dengan meningkatnya jumlah penggunaan internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber Informasi yang paling akrab dengan masyarakat.

Salah satu kelebihan media sosial adalah kemampuannya mengubah pola komunikasi dari satu arah (*one way communication*) menjadi dua arah (*two ways communication*), bahkan dari *one to many* menjadi *many to many communication*. Perubahan ini membuat seluruh informasi baik yang bernada positif maupun negatif dapat secara cepat

menyebarkan melalui jaringan maya dalam media sosial. Hal ini tentunya juga akan mendorong terbentuknya opini publik secara lebih cepat. Dalam dunia media sosial, hal tersebut bisa menjadi peluang dan ancaman pada saat yang bersamaan. Apabila informasi negatif yang menyebar dalam media sosial mengenai suatu perusahaan tidak dikelola dengan baik, maka informasi akan membentuk opini yang dapat mendestruksi citra perusahaan. Bertolak dari hal ini perkembangan pemanfaatan media sosial dituntut untuk terjun langsung dan bertanggung jawab dalam mengelola media sosial sebagai media komunikasi perusahaan atau lembaga pemerintah.

Alasan ini membuat media sosial menjadi salah satu saluran Informasi yang cukup efektif. Sehingga mayoritas perusahaan saat ini memanfaatkan media sosial. Termasuk Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang memiliki beberapa akun media sosial. Selama ini KPK menggunakan media sosial untuk mempublikasikan kinerja, edukasi, sosialisasi terhadap suatu isu. Akun-akun media sosial KPK selalu mendapatkan perhatian publik terutama Instagram @official.kpk yang selalu memberikan informasi seputar kelembagaan kepada publik dengan memberikan gambaran visual dan infografis yang menarik sehingga publik dapat mudah mengerti apa yang disampaikan mengenai isu korupsi dan seputar Informasi kelembagaan. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya komentar mengenai isu terbaru seputar KPK. Tidak hanya itu, komentar-komentar juga datang ada yang bernada positif, tetapi tidak sedikit juga yang bernada negatif. Menurut Survey terbaru APJII konten internet (media sosial) yang sering dikunjungi yaitu Instagram 17,8%. Ini tentu membuat Humas KPK harus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram @official.kpk.

Berdasarkan pengamatan peneliti, KPK saat ini sedang menghadapi babak

baru dalam pemberantasan korupsi yakni revisi UU (Undang-Undang) KPK yang banyak menyita perhatian dari publik. Ini dimulai sejak bulan September di mana revisi UU KPK tersebut tidak pernah masuk kedalam Prolegnas pembahasan UU oleh DPR. DPR tidak pernah sekalipun melibatkan KPK dalam pembahasan revisi UU KPK tersebut dan materi revisi UU KPK tersebut melemahkan kinerja KPK dalam memberantas korupsi. Inilah yang kemudian menimbulkan ketidaknyamanan didalam internal KPK.

Kemudian 5 September 2019, DPR telah menyetujui revisi UU KPK sebagai usulan dewan dalam sidang paripurna. Pemerintah dan DPR hanya membutuhkan waktu 12 hari untuk membahas revisi UU KPK. Pada 17 september 2019 revisi UU KPK akhirnya disahkan dalam rapat paripurna di Senayan. Ada tujuh poin yang telah disepakati sebagai revisi terhadap UU KPK, ketujuh poin tersebut, yakni soal status kedudukan kelembagaan KPK, Dewan Pengawas KPK, pembatasan fungsi penyadapan, mekanisme penerbitan SP3 oleh KPK, koordinasi KPK dengan penegak hukum, mekanisme penyitaan dan penggeledahan, dan status kepegawaian. KPK menganggap tujuh poin tersebut melemahkan pemberantasan korupsi.

Selain menghadapi materi rancangan undang-undang yang berpotensi untuk melemahkan, KPK harus menghadapi pula beberapa serangan pelemahan KPK di media sosial dan pernyataan dari tokoh publik terkait revisi UU KPK. Oleh karena itu, serangan yang diterima KPK menyebabkan turunnya kepercayaan publik terhadap KPK. Kondisi ini menyebabkan KPK dalam kondisi krisis. Sebab selama ini modal terbesar KPK adalah kepercayaan publik. Sehingga KPK perlu bekerja keras dan mengatur strategi khusus untuk mengembalikan kepercayaan publik dan KPK perlu meyakinkan publik bahwa revisi UU KPK tersebut ada poin-poin yang melemahkan KPK.

Pada era digital dan banjir informasi media sosial adalah cara baru dalam

penyebaran informasi dan media komunikasi dengan publik dalam menghadapi krisis. Sehingga selama masa krisis perubahan undang-undang KPK, Biro Humas KPK menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada publik terkait revisi undang-undang KPK. Salah satu media sosial yang digunakan KPK adalah Instagram @official.kpk.

Peneliti mengambil periode penelitian dari mulai 5 September- 17 Oktober 2019 saat proses revisi UU KPK hingga UU KPK disahkan oleh presiden. Penelitian ini berusaha meneliti pola pemanfaatan media sosial Instagram ditengah krisis revisi UU KPK. Peneliti melakukan teknik wawancara dengan staf pengelola media sosial Instagram di bagian Humas KPK untuk mengetahui bagaimana Biro Humas KPK mengelola pemanfaatan media sosial Instagram @official.kpk. Maka dari itu, peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pola Pemanfaatan Instagram dalam situasi krisis perubahan kelembagaan: Komisi Pemberantasan Korupsi dan Perubahan Undang-Undang”.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, fokus penelitian yaitu: (1). Bagaimana pola pemanfaatan instagram dalam situasi krisis perubahan kelembagaan: Komisi Pemberantasan Korupsi dan Perubahan Undang-Undang? (2). Mengapa ada perubahan pola pemanfaatan Instagram KPK saat kondisi normal dan dalam situasi krisis menghadapi revisi UU KPK ?

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola pemanfaatan media sosial instagram KPK dalam situasi krisis kelembagaan menghadapi revisi undang-undang KPK.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya bagi perkembangan dunia Ilmu Komunikasi khususnya media sosial Instagram dengan kajian komunikasi, serta menjadi dasar bagi penelitian yang berkaitan dengan komunikasi khususnya mengenai

pemanfaatan media sosial dalam menghadapi situasi krisis.

## KAJIAN PUSTAKA

Onong Uchjana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak. Organisasi-organisasi ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan mempengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media massa menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita .ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik (Effendi:2003:24)

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat seperti surat kabar, film, televisi dan radio (Nurudin:2016:129)

Secara umum, pengertian media sosial adalah media online yang mendukung adanya interaksi sosial. Sosial media atau media sosial menggunakan teknologi

berbasis web yang mengubah suatu komunikasi ke dalam dialog interaktif. Beberapa contoh-contoh situs media sosial yang sangat populer saat ini adalah Facebook, Twitter, Blog dan Instagram. Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian (Nasrullah:2016:11)

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita mem-*follow* akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis *online* turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram

Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung. Melalui Instagram lah produk barang / jasa ditawarkan dengan meng-*upload* foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang / jasa yang ditawarkan.

Menurut Grunig dan Hunt mendefinisikan *public relations* sebagai berikut "*management of communication between an organization and its publics* Berdasar pada definisi ini Grunig mencoba menggambarkan dua fungsi komunikasi yang berkaitan erat pada bidang *public relations*. Fungsi yang pertama adalah manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi pada hal ini dimaknai tidak hanya mengenai teknik atau strategi bagaimana berkomunikasi atau kegiatan yang hanya meliputi program-program seperti *media relations* dan publisitas. Manajemen komunikasi meliputi keseluruhan atas kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi komunikasi pada organisasi, baik yang ditujukan pada publik eksternal dan internal. Publik dalam hal ini adalah kelompok yang mempengaruhi kemampuan organisasi dalam mencapai tujuannya. Pada fungsi manajemen komunikasi, *public relations*

berperan pada level *managerial role* yang memiliki peran pada perencanaan dan pengambilan keputusan dalam strategi komunikasi yang dibuat.

Seiring dengan perkembangan teknologi maka lahirlah era yang memperkenalkan dunia kepada media komputer dan teknologi internet. Kehadiran kedua media ini telah membuka peluang terjadinya komunikasi oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun tanpa mengenai batas ruang dan waktu. Internet secara tidak langsung telah mengubah pandangan perusahaan dalam hal berkomunikasi dengan publik. Sejalan dengan hal ini Cutlip juga menemukan perubahan pada *public relations* atas kehadiran media ini bahwa salah satu keuntungan terbesar dari internet sebagai medium *public relations* adalah kemampuannya untuk memberikan akses langsung dan cepat kepada khalayaknya, dan karenanya lebih unggul daripada media konvensional (Cutlip: 2006:28)

Teori penentuan agenda (*agenda setting theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran akan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. (Tambaruka:2012:22)

*Agenda Setting* media konvensional sedikit bergeser sejak media baru mulai banyak digunakan seperti media *online* dan media sosial dimana lanskap media modern dihuni oleh *bloggers*, jurnalis warga (*citizen journalists*), pengguna media sosial, seperti Facebook dan Twitter, yang setara dengan media massa pada umumnya. Kini, siapapun bisa menjadi simpul dalam proses produksi media. Kini keberadaan media massa dan media sosial saling memengaruhi, bahkan menguntungkan satu sama lain. Media sosial dalam teori *agenda setting* berhubungan erat dengan agenda publik.

Kini media sosial memiliki posisi yang bisa menimbulkan beberapa aksi yang erat hubungannya dengan teori *agenda setting*. (Metei:2010)

Media sosial memiliki koneksi antara pengguna dan saling menukarkan informasi. Media sosial tidak bersifat satu arah tapi sebaliknya, bersifat dua arah. Sehingga informasi yang disampaikan kemudian dikembangkan dan memiliki respon aktif sehingga agenda yang terjadi dapat dilihat secara realistis. Melalui media sosial seluruh pengguna mendeskripsikan pesan yang diterima dan menindaklanjuti dengan menggunakan respon aktif seperti berkomentar maupun membagikan informasi tersebut. Hal ini berkaitan dengan agenda publik, media sosial membawa sebuah pengaruh bagi publik, yaitu memengaruhi kesadaran dan juga aksi. Sehingga dimensi teori agenda media menurut Mannheim dalam yaitu visibilitas (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak, relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak serta valensi (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa) yang digunakan dalam mengukur media konvensional juga relevan untuk mengukur agenda media sosial. (Nurudin:2009)

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian skripsi ini penulis menggunakan paradigma konstruktivisme. paradigma konstruktivis untuk melihat bagaimana Pola Pemanfaatan Instagram dalam situasi krisis perubahan kelembagaan: Komisi Pemberantasan Korupsi dan Perubahan Undang-Undang.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif pada periode akan berakhirnya pimpinan KPK 2014-2019 yaitu pada bulan September 2019. Dengan 5 informan yaitu Kepala Biro Humas KPK (Febri Diansyah), Kepala

Bagian PIKP (Chrystelina), Staf Pengelola Media Sosial (Dini, Birgita) dan Followers Instagram (Asih). Pengumpulan data merupakan kegiatan mencari data di lapangan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Data diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Setelah memperoleh data-data yang dibutuhkan oleh peneliti, maka hal yang selanjutnya dilakukan adalah teknik analisis data. Analisis data bertujuan untuk mencari dan menyusun secara sistematis data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2012: 333-345).

Teknik triangulasi tersebut peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber (data), yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif. Triangulasi yang digunakan oleh peneliti diharapkan dapat menguji hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan *key informan* dan narasumber yang sudah penulis tentukan di Komisi Pemberantasan Korupsi.

## HASIL PENELITIAN

Peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara dan dokumentasi yang berhubungan dengan masalah penelitian. Gambaran mengenai hasil analisis berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan peneliti dapat memberikan gambaran mengenai Pola Pemanfaatan Instagram dalam situasi krisis perubahan kelembagaan: Komisi Pemberantasan Korupsi dan perubahan undang-undang.

Data yang diambil dari hasil wawancara diperoleh dari 6 (orang) responden yang dipilih sesuai dengan kompetensi dan kebutuhan data untuk memperoleh gambaran lebih rinci mengenai Pemanfaatan Instagram KPK.

Humas KPK memiliki tugas untuk menjalankan tugas kehumasan di KPK. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya tentu humas mengacu pada Tugas dan Fungsi (Tupoksi) yang telah ditetapkan.

Humas KPK memanfaatkan akun media sosial instagram untuk media publikasi.

Penyampaian informasi ke publik di KPK memiliki beberapa isu yang dikelola. Isu di KPK di bagi menjadi 3 yaitu isu pencegahan, kelembagaan dan penindakan. Instagram @official.kpk mengutamakan program pencegahan untuk publikasi utama dalam Instagram.

Fitur-fitur instagram dimanfaatkan dalam publikasi

1. Followers, dimana followers Instagram @official KPK sendiri sudah sebanyak 568K sampai februari 2020.
2. Following, @official.kpk mengikuti sebanyak 50 Following yang berisi instagram lembaga pemerintah serta komunitas yang mendukung kinerja KPK
3. Upload Foto dan Video, terdapat konten *planning* setiap bulan berapa foto dan video yang akan di upload. Sampai februari 2020 sudah sebanyak 394 posting feed di instagram @official.kpk. dengan frekuensi update harian. Kontennya berupa informasi lembaga, kegiatan lembaga, inspirasi, Promosi saluran digital lainnya, Aktivitas online dan lain-lain
4. Instagram stories, instagram stories di Instagram @official.kpk berfungsi untuk pemberitaan, promosi, edukasi, kampanye, dokumentasi (*Highlights*). Kontennya berupa Sapaan, laporan aktivitas online. Setidaknya sampai februrai 2020 terdapat 5 highlight di instagram KPK #BusKPK, FestivalSaksi, #BusAntiKorupsi, #KawalRKUHP, KPK Palsu?.
5. Intagram Live, Instagram Live di @official.kpk sering digunakan sebagai saat konferensi pers penindakan berlangsung seperti penetapan

tersangka, penahanan tersangka dan kegiatan operasi tangkap tangan.

Dalam kondisi normal alur proses produksi sudah ditetapkan di awal bulan serta pemanfaatan instagram @official.kpk terkait isu utama yaitu pencegahan tujuannya untuk informasi terkait program pencegahan dan kelembagaan memberikan informasi seputar kelembagaan kepada publik dengan memberikan gambaran visual dan infografis yang menarik sehingga publik dapat mudah mengerti apa yang disampaikan mengenai isu korupsi dan seputar Informasi kelembagaan.

Pada penghujung tahun 2019 KPK dihadapkan pada beberapa isu yang cukup menyita perhatian publik yaitu isu revisi undang-undang KPK. Revisi undang-undang KPK merupakan salah satu isu yang cukup krusial karena banyaknya pro dan kontra dalam menanggapi isu tersebut dimana terdapat 10 pasal yang melemahkan KPK.

Pada revisi UU KPK bulan September-oktober 2019 KPK mendapatkan serangan di media sosial, dan berita bohong atau disinformasi terkait revisi UU KPK. Kondisi ini berdampak pada menurunnya kepercayaan publik. Dalam masa krisis revisi UU KPK Biro Humas bertugas dalam memproduksi produk dan kegiatan komunikasi. Biro Humas mengoptimalkan media sosial instagram @official.kpk sebagai saluran komunikasi krisis lembaga. Tujuannya untuk menangkal isu-isu hoax selama masa revisi undang-undang KPK dan menginformasikan kepada publik bahwa ada pasal-pasal yang dirubah dan apa dampaknya jika terjadi perubahan undang-undang.

Pemanfaatan instagram @official.kpk selama masa revisi undang-undang KPK yaitu memaksimalkan fitur-fitur di Instagram sebagai media komunikasi dengan publik.

## 1. Live Instagram : Pernyataan Sikap Pimpinan KPK

Pernyataan sikap pimpinan terkait penolakan revisi undang-undang KPK menjadi awal semua konten terkait revisi undang-undang KPK di produksi. Live instagram terkait pernyataan sikap pimpinan terhadap penolakan revisi UU KPK terjadi pada tanggal 6 september 2019. KPK memaksimalkan fitur instagram live saat konferensi pers pernyataan pimpinan KPK untuk menginformasikan lebih luas terkait sikap lembaga KPK terbukti dari sekitar 1000 pengguna instagram melihat live konferensi pers tersebut.

Dalam konferensi pers secara live di lakukan di instagram tujuan biro humas KPK menggunakan fitur live memaksimalkan fitur media sosial instagram untuk kebutuhan informasi dan memberikan gambaran sikap pimpinan KPK menolak adanya revisi undang-undang KPK sehingga informasi dapat sampai ke publik secara luas serta dapat interaksi secara langsung dengan pengguna media sosial instagram @official.kpk pada komentar.

Interaksi selama live instagram berlangsung dimaksimalkan tim PIKP dengan harapan membangun kesadaran masyarakat terkait 10 poin yang dapat melemahkan KPK.

## 2. Konten Grafis :Revisi UU KPK dan Menjawab Isu Hoax

Konten Instagram @official.kpk dimulai dari pernyataan sikap pimpinan terkait penolakan revisi undang-undang KPK. Tim biro Humas KPK menyusun produksi konten Instagram @official.kpk. Feed instagram menjadi salah satu fitur instagram yang digunakan oleh Biro Humas KPK untuk upload konten grafis terkait revisi undang-undang KPK.

Dengan adanya media sosial masyarakat menjadi mudah untuk mendapatkan atau menyebarkan informasi, hal itu menimbulkan berita-berita yang tidak jelas sumbernya. Pada

masa Revisi UU KPK banyak sekali berita yang beredar salah satunya berita hoax, baik itu di media massa maupun media sosial. Pada masa revisi UU KPK agenda setting dilakukan didalam pemanfaatan instagram dalam menyebarkan informasi tentang revisi UU KPK.

Beberapa konten grafis dihasilkan oleh Tim PIKP untuk menjawab isu hoax terkait “siapa yang mengawasi KPK” dan terkait “penyelamatan negara”. Tujuan mengoptimalkan konten grafis untuk mengembalikan kepercayaan publik dan menjawab isu yang beredar.

### 3. *Instagram Story* : Dukungan Publik

Biro Humas KPK memanfaatkan fitur Instagram stories untuk merepost dukungan publik dan menampilkan update dokumentasi selama masa revisi UU KPK tujuannya adalah untuk membangun hubungan dengan publik selama masa revisi UU KPK. Biro Humas KPK terus berkordinasi untuk mengelola instagram @official.kpk selama masa revisi UU KPK. Selain menghasilkan konten grafis, Instagram Stories dirasa cukup untuk menggambarkan dukungan publik dengan banyaknya pengguna instagram yang meng-tag akun instagram @official.kpk. *Instagram story* merupakan salah satu fitur instagram yang paling banyak digunakan pengguna instagram saat ini.

Dalam pemanfaatan *instagram story* yang dilakukan tim PIKP adalah tetap berkordinasi dan melihat direct message serta memilih beberapa akun yang di *repost*. Banyaknya dukungan yang mengalir ke KPK dalam masa revisi undang-undang KPK tergambar di instagram stories. Ini bertujuan mengajak masyarakat bahwa revisi undang-undang KPK bukan hanya masalah lembaga KPK namun masalah yang dirasakan rakyat Indonesia terkait pemberantasan korupsi di Indonesia. Biro humas KPK bukan hanya memanfaatkan feed instagram dan mengasihkan konten grafis namun memanfaatkan seluruh fitur instagram.

Interaksi dengan publik dalam repost instagram stories untuk mendekatkan komunikasi dengan publik dan memulihkan kepercayaan publik kembali selama masa krisis revisi undang-undang KPK. Dari hasil wawancara dan data yang didapatkan bahwa instagram stories berpengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk mengetahui apa yang terjadi dalam revisi Undang-undang KPK.

### SIMPULAN

Setelah membahas mengenai Pola Pemanfaatan Instagram dalam situasi krisis perubahan kelembagaan: Komisi Pemberantasan Korupsi dan perubahan undang-undang serta menjabarkan hasil yang diperoleh peneliti dari wawancara, maka tahap selanjutnya peneliti memberikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Pola pemanfaatan instagram dalam menghadapi krisis lembaga yaitu mengarah pada pernyataan sikap pimpinan terhadap penolakan revisi UU KPK yang mengakibatkan perubahan strategis dalam pengelola konten di Instagram @official.kpk.
2. Terjadi perubahan pola pemanfaatan Instagram KPK saat kondisi normal dan dalam situasi krisis karena menyangkut pada proses perencanaan konten hingga alur gatekeeping publikasi menyesuaikan tuntutan sebagai salah satu saluran komunikasi krisis lembaga.
3. Dalam kondisi krisis perubahan undang-undang KPK di bulan September-Oktober 2019, Biro Humas KPK mengatur strategi pengelolaan Instagram @official.kpk dengan fokus konten terkait revisi UU KPK dan mengoptimalkan fitur instagram. Mulai dari *live instagram*, *feed instagram*, dan *instagram story*. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada publik terkait poin-poin yang melemahkan KPK serta

membangun hubungan dengan publik dan memulihkan kepercayaan publik.

### Saran

Filosofis, penelitian ilmiah (skripsi) merupakan refleksi dari semua pemahaman dan pengertian Secara mahasiswa terhadap konsep dan teori yang di dapat di bangku kuliah. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa dalam memperoleh data untuk penelitian ini, mahasiswa seringkali menemukan kesulitan. Maka dari itu, peneliti mengharapkan dalam penelitian ini mudah-mudahan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi yang ingin mendalami ilmu komunikasi Pola Pemanfaatan Instagram dalam situasi krisis.

Biro Humas KPK seharusnya dapat cepat memberikan informasi kepada publik dengan mengcounter isu sehingga isu terkait revisi UU KPK dapat diatasi sehingga pemanfaatan instagram dapat optimal.

Humas KPK seharusnya memiliki konten *planning* dalam menanggapi isu mengenai revisi UU KPK sehingga KPK memiliki narasi untuk menanggapi berita mengenai revisi UU KPK.

### DAFTAR PUSTAKA

- Deddy Mulyana. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Cutlip, Scot M., Center, Allen H. 2006. *Effective Public Relations*. Alih Bahasa: Tri Wibowo. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Griffin, Em. 2008. *A First Look at Communication Theory Tenth edition*. America: McGraw-Hil
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Metei, S.A. (2010) *Does Agenda Setting Theory Still Apply to Social Media*. 2010.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Tambaruka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali
- Onong Uchjana Effendy. 2011. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rulli, nasrullah. 2011. *Media sosial, perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*,