

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYAMPAI ASPIRASI MASYARAKAT KEPADA PEMERINTAH KOTA MAKASSAR

Arfah Aksa Ali^{1, 3}, Muhammad Asdar², Andi Vita Sukmarini³

¹Fakultas Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Fajar
email: arfahaksa@gmail.com

²Fakultas Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Fajar
email: abidinasdar@yahoo.co.id

³ Fakultas Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Fajar
email: andivitasukmarini@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji media sosial sebagai salah satu alternatif masyarakat kota Makassar dalam menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah dengan menggunakan Instagram dengan nama akun @info_kejadian_makassar dan @makassar__info. Sejak tahun 2015 Instagram telah menjadi perhatian milenial. Akun media sosial bertumbuh dengan pesat seiring meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada media sosial sebagai alternatif dan penyeimbang dari media konvensional yang telah ada sebelumnya sehingga menjadi wadah interaksi yang bebas dan terbuka tanpa ada jarak antara masyarakat dan pemerintah. Media sosial mengambil peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi dengan cepat hingga kemampuannya membentuk peradaban baru.

Kata Kunci: media sosial, Instagram, aspirasi masyarakat, pemerintah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membuat pola komunikasi mengalami perubahan yang sangat pesat pula, dari cara konvensional hingga menggunakan cara yang lebih canggih seperti melalui aplikasi chatting hingga platform media sosial yang tentunya jauh lebih murah dan efisien dari metode konvensional. Fenomena yang terjadi sekarang ini adalah masih banyak masyarakat yang justru tidak memahami dan menggunakan kecanggihan teknologi dalam menyampaikan aspirasi. Demonstrasi anarkis dan aksi vandalisme kadang dikedepankan dalam rangka menarik perhatian agar pesan atau aspirasinya didengarkan banyak orang. Hal itu sudah pasti justru akan menimbulkan banyak kerugian dan bisa jadi mengalihkan isu utama yang akan mereka sampaikan.

Demonstrasi di jalan dengan melibatkan segelintir orang yang berefek pada kemacetan dan hilangnya simpati masyarakat membuat komunikasi yang diinginkan menjadi tidak efektif. Perlu diingat bahwa komunikasi bisa terjadi kalau ada komunikator dan komunikan, dalam komunikasi massa tentunya yang menjadi komunikan harusnya massa atau orang banyak sebagai tujuan awal dalam melakukan komunikasi massa. Kita Kembali ke contoh kasus demonstrasi di atas dimana segelintir massa berdemonstrasi dalam rangka menyampaikan aspirasi kepada masyarakat dan pemerintah. Tujuannya adalah agar masyarakat atau apa yang sedang terjadi dengan suatu peristiwa atau sebagainya sekaligus menyampaikan kepada yang berkompeten untuk menyelesaikan masalah tertentu, sebut saja misalkan pemerintah.

Dari penjelasan diatas sudah bisa dihitung dampak dan efektifitas komunikasinya. Ketika jalan ditutup maka yang bisa menyaksikan demonstrasi atau orasi mereka hanyalah orang-orang yang ada disekitar tempat itu sementara ribuan orang yang terjebak macet di belakang tidak paham apa yang mereka sampaikan. Yang ada dibenak pengguna jalan yang terjebak macet kemungkinan besar hanyalah kejengkelan karena aktifitas mereka terganggu oleh aksi demonstrasi yang mereka tidak tahu apa yang disuarakan oleh pendemo.

Jika cara komunikasi tidak efektif dan justru menimbulkan masalah baru seperti ketidakpercayaan masyarakat terhadap para aktivis dan kemudian menimbulkan antipasti yang terjadi berulang kali tentunya akan merugikan kita semua. Sebagai contoh beberapa peristiwa di

Makassar yang ramai diberitakan diberbagai media, dimana ibu-ibu membubarkan aksi demonstrasi mahasiswa yang menutup jalan. Belum lagi aksi para ojol yang marah kepada mahasiswa yang berdemonstrasi menutup akses jalan sehingga para pengemudi ojek online (ojol) merasa dirugikan. Ini menjadi pelajaran berharga untuk kita semua untuk sama-sama memberikan edukasi sehingga prinsip dasar komunikasi dapat kita capai.

Sejak diluncurkannya pada bulan Oktober 2010 silam, Instagram bisa dikatakan sebagai salah satu media sosial yang berkembang sangat pesat melebihi medsos lainnya dikala itu. Ditahun pertama Instagram memperoleh 25.000 pengguna. Sepuluh tahun kemudian, jumlah itu lebih dari satu miliar di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa lperubahan-perubahan dalam hubungan sosial (social relationships) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (equilibrium) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Masyarakat dapat berkomunikasi langsung dengan presiden melalui media sosial guna menyampaikan saran kritik dan ide yang membangun. Jika dalam metode konvensional masyarakat harus menjadi wakil rakyat / anggota DPR terlebih dahulu dan aatau melakukan demonstrasi didepan istana kepresidanan guna menyampaikan aspirasi, sekarang cara tersebut cenderung ditinggalkan.

Media sosial khususnya Instagram juga bisa dijadikan alat ukur tingkat kepuasan masyarakat, keinginan masyarakat dan untuk tingkat analisis lebih detail maka bisa diketahui penyebaran lokasi dan tingkat umur penggunanya. Kaplan dan Haenlein (2010) mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis, yaitu: (a) Collaboration Project, yaitu sebuah situs yang memberikan izin otoritas kepada para penggunanya untuk mengubah, menambah, atau mengurangi konten-konten yang ada di dalam situs tersebut. Contohnya situs Wikipedia. (b) Blog dan Microblog, yaitu situs yang berfungsi sebagai media dokumentasi berbagai catatan pribadi. Penggunanya secara pribadi dapat bebas meluapkan berbagai wacana pemikirannya dalam tulisan di situs tersebut. Contohnya: wordpress.com, kompasiana.com, dan lainnya. (c) Content Share, yaitu sebuah situs yang memberikan layanan berbagi konten dengan sesama pengguna dalam berbagai bentuk format video gambar, hingga teks. Contohnya: vimeo.com dan slideshare.com. (d) Social Networks Site, yaitu situs atau aplikasi yang dapat mempertemukan antar pengguna dan saling terhubung satu dengan lainnya. Bentuk hubungan antar pengguna (berbagi) berupa fotofoto, teks, hingga informasi pribadi. Contohnya: friendster.com dan facebook.com. (e) Virtual Game World, yaitu situs lingkup dunia digital yang mereplika lingkungan (3 dimensi) dalam bentuk avatar. Para penggunanya dapat saling berinteraksi layaknya kehidupan nyata. Contohnya: situs game minecraft. (f) Virtual Social World, yaitu situs lingkup dunia digital yang mereplika kehidupan nyata manusia. Para penggunanya dapat saling berinteraksi layaknya kehidupan nyata. Contohnya: situs game second life.com (Chandra 2018).

Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran (Setiadi 2014).

Meningkatnya penggunaan internet melalui media sosial, telah menghadirkan sebuah web forum yang dapat membentuk suatu komunitas online. Layaknya forum diskusi, sebuah web forum dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah forum online biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang (Mutiah et al. 2019).

Selain sebagai sarana komunikasi sosial yang sifatnya umum, media sosial juga bisa sebagai sarana dakwah dan syiar agama sejalan dengan perkembangan zaman dan perubahan informasi yang dikomandoi oleh perkembangan teknologi, tabligh mengalami perluasan makna. Tabligh tidak lagi dipahami sebagai proses “penyampaian pesan dengan lisan” tetapi juga merambah pada dimensi-dimensi lain yang lebih luas. Dalam perkembangannya, tabligh lebih dipahami dalam tiga konteks utama, yakni; khitobah (pidato), khitabah (tulisan-menulis), dan i’lam (peragaan). Dua term yang disebut di awal mungkin terdengar lebih akrab ditelinga kita karena selama ini, kedua istilah itu telah populer dan banyak digunakan bahkan kita dapat menemuinya dalam berbagai literatur klasik sekalipun (Maulana, Saefullah, and Sukayat 2020).

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial (Budiyono 2016).

Penyampaian aspirasi di era sekarang khususnya di kota Makassar juga mengalami perkembangan yang sebelumnya cara menyampaikan aspirasi hanya dilakukan dengan cara demonstrasi, audience ke pemerintah ataupun melalui cara surat menyurat. Metode modern yang sekarang dilakukan, dimana masyarakat kebanyakan sudah menggunakan media sosial maka ini menjadi cara yang mudah dan murah bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi kepada pemerintah kota Makassar, baik aspirasi yang disampaikan ke dinas terkait maupun langsung kepada walikota Makassar melalui fitur direct message yang disediakan dalam aplikasi Instagram.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini mengambil pada pertanyaan sebagai berikut

1. Bagaimana Efektifitas media sosial Instagram sebagai alat dalam menyampaikan aspirasi masyarakat terhadap pemerintah kota Makassar.
2. Bagaimana media sosial Instagram menjadi saluran komunikasi dan alat interaksi antara pemerintah kota Makassar dan masyarakat.
3. Bagaimana pemerintah mengklarifikasi segala pernyataan yang tidak benar dari netizen agar tidak berkembang menjadi berita negatif di masyarakat.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui efektifitas penggunaan media media sosial dalam rangka penyampaian aspirasi masyarakat kepada pemerintah kota Makassar
2. Mengetahui peranan media sosial Instagram sebagai saluran komunikasi antara pemerintah kota Makassar dan masyarakat.
3. Mengetahui cara yang digunakan oleh pemerintah dalam melakukan klarifikasi konten negatif yang beredar di media sosial Instagram.

Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai efektifitas penggunaan media sosial Instagram dalam menyampaikan aspirasi secara langsung kepada pemerintah Kota Makassar. Dalam fokus penelitian ini adalah akun yang memiliki pengikut yang banyak yaitu akun Instagram @info_kejadian_Makassar dan @makassar_info

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang sangat penting dalam penyebaran informasi yang berujung sebagai alat dalam membuat opini dan penyampaian aspirasi yang bersifat kritis terhadap pemerintah serta mengumpulkan masukan ide positif dan kreatif dari netizen guna menghasilkan solusi atas berbagai macam permasalahan.

- b. Bagi pengguna media sosial Instagram secara umum dapat mengidentifikasi hal-hal yang dapat merusak dan merugikan pengguna media sosial baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga hal yang merugikan tersebut bisa dihindari.
- c. Bagi pemerintah, penggunaan media sosial Instagram memudahkan berkomunikasi secara langsung dan real time baik dari rakyatnya maupun sesama aparatur negara. Selain itu informasi dan aspirasi dari rakyat dapat juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan strategis dan menguntungkan semua pihak.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi di media sosial Instagram adalah sebuah saluran komunikasi modern dimana komunikasi juga bisa secara aktif dan real time merespon apa yang mereka terima sehingga proses komunikasi menjadi semakin cepat dan kompleks. Perkembangan teknologi dan tools dalam berkomunikasi semakin mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi tanpa mengurangi esensi dari proses komunikasi itu sendiri sehingga teori komunikasi yang telah ada masih sangat relevan dengan berbagai fenomena komunikasi yang ada meskipun dengan menggunakan aplikasi modern seperti Instagram.

Berangkat dari analisis pada penelitian ini maka teori yang digunakan untuk mengkaji adalah Teori Media Baru (*New Media Theory*). Teori media baru disebut juga new media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3).

Selain teori media baru penelitian ini juga menggunakan teori Teori Sosial Kognitif (*Social Cognitive Theory*), Teori sosial kognitif dibangun pertama kali oleh seorang psikolog Albert Bandura sekitar tahun 1960an. Teori ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang-orang cenderung untuk meniru apa yang dilihat melalui media. Ini adalah teori yang fokus pada kapasitas kita untuk belajar dengan mengalaminya secara langsung.

Aplikasi Instagram salah satu yang paling populer pada saat ini, terutama di kalangan milenial. Instagram (disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid.

Hal ini berbeda dengan rasio aspek 1:1, 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Media sosial adalah sebuah aplikasi yang memudahkan para penggunanya untuk melakukan interaksi sosial secara online dan real time tanpa dibatasi waktu dan tempat. Melalui media sosial tersebut, seseorang bisa berbagi foto dan video serta membuat konten digital.

Pada kenyataannya media sosial saat sekarang ini sudah menjadi kebutuhan utama manusia. Tak hanya anak muda saja, tetapi juga para orang tua bahkan pemerintahan pun saat ini butuh platform media sosial untuk melancarkan komunikasi. Media sosial memiliki sejumlah manfaat bagi penggunanya, terutama karena lebih cepat dari media konvensional, seperti media cetak, iklan, TV, brosur apalagi selebaran. Terlebih lagi, kecanggihan media sosial yang ada mampu menjangkau para penggunanya dengan jarak yang tak terbatas kapan pun tanpa dibatasi oleh waktu.

Secara umum media sosial memiliki fasilitas yang sama, yakni berteman, chatting, berbagi info, foto, video, dan pesan pribadi. Hingga saat ini, banyak bermunculan platform media sosial, dan diantara sekian banyak ada beberapa yang sangat populer seperti Facebook, Blog, Youtube, Instagram, Twitter, Whatsapp, LPine, Tiktok dan masih banyak lagi.

Informasi yang diperoleh seseorang dari jejaring sosial digital ini, dapat dikatakan, sedari awal, bersifat bias. Informasi-informasi yang tersaji ke lini masa seseorang, khususnya yang berangkutan dengan isu-isu sosial-politik strategis, merupakan informasi yang relatif seiring dengan jalan pikiran sang pengguna (Rahmawati 2018).

Instagram sendiri tidak menampik bahwa pihaknya memperoleh faedah dari upaya mengembangkan algoritma lini masanya ini. Adam Mosseri, direktur lini masa Instagram, pada satu waktu mengemukakan, “kami mendapati bahwa pengembangan kualitatif dari lini masa nampaknya berhubungan dengan keterlibatan jangka panjang para pengguna. Kita pun dapat berargumentasi, sebagai platform yang memperoleh keuntungan dengan mengkomodifikasi waktu para pengguna menggunakan aplikasinya (Fuchs 2014; Fuchs 2015) dan terus menerus bersaing dengan platform-platform lain semacam untuk satu hal ini, algoritma yang memungkinkannya untuk memikat para pengguna tidak mungkin dianggap tidak berarti apa-apa.

Untuk lebih jauh menandaskan argumentasi penulis, tulisan ini pertama-tama akan meringkas bagaimana algoritma personalisasi informasi ini kian hari kian menduduki kedudukan yang sentral bagi bisnis Instagram, khususnya, maupun media sosial pada umumnya. Tulisan ini selanjutnya, akan menunjukkan, melalui pengamatan terhadap beberapa pengguna yang aktif dan mawas terhadap isu-isu sosial-politik dari sejumlah latar belakang berbeda, bahwa algoritma yang disusun memang mempunyai dampak yang berarti untuk memperdalam keterlibatan insan-insan yang mempunyai kehirauan di jejaring sosial digital ini dan, tentu saja, menambah waktu yang dihabiskannya di ranah bersangkutan.

Lini masa yang dikurasi algoritma Instagram serta interaksi sosial yang terbangun pada unggahan-unggahan jejaring perkawanannya ini, memproyeksikan satu dinamika dunia yang padan dengan, katakan saja, wawasan ideologisnya, kendati ia merupakan drama yang dengan sengaja disediakan “khusus untuknya.” Secara umum algoritma dimengerti sebagai rangkaian yang tersusun dengan urutan logis untuk capai tujuan atau dipahami sebagai serangkaian langkah-langkah yang disusun menjadi urutan logis kegiatan untuk mencapai tujuan. Selanjutnya algoritma juga bisa dimengerti sebagai urutan langkah-langkah logis untuk menyelesaikan masalah yang disusun secara sistematis (Ariyus, 2008).

Hasil Penelitian terdahulu juga menemukan Niat terikat dipengaruhi oleh interest, timeliness, dan relationship. Hasil ini dimaknai bahwa semakin tingginya tingkat interaksi like, comment, save, dan share (interest) yang dilakukan oleh pengguna dapat berpengaruh positif pada niat untuk terikat. Hasil yang lain juga dapat dimaknai timeliness yang dijelaskan sebagai ketepatan waktu dan keakuratan konten memberikan pengaruh pada niat untuk terikat di Instagram. Semakin tingginya akurasi konten (timeliness) dapat memengaruhi niat untuk terikat.

Pengujian terakhir menunjukkan tingginya interaksi hubungan antara pengguna Instagram dapat memengaruhi individu untuk selalu terikat di Instagram. Semakin tingginya hubungan dapat meningkatkan niat untuk terikat.(Setiyanto, Setyawan, and Yulandari 2021). Penekanan pada pemahaman diatas terletak pada susunan kata urutan. Jadi Algoritma haruslah langkah yang berurut dan teratur, tidak acak dan logis dalam upaya menyelesaikan suatu masalah atau persoalan.

Algoritma yang baik merupakan tindakan dan Langkah-langkah yang benar dan masuk akal. Untuk mendapatkan cara penyelesaian yang baik dibutuhkan strategi atau langkah-langkah yang sistematis agar dapat memecahkan masalah dengan cara terbaik.(Irwanto and Hariatiningsih 2020). Algoritma merupakan Langkah-langkah yang disusun secara tertulis dan teratur juga harus berurutan untuk menyelesaikan masalah. Dalam pengertian algoritma pemograman yang berhubungan dengan aplikasi termasuk Instagram adalah suatu alur yang digunakan dalam sebuah perhitungan dalam upaya pemecahan sebuah masalah. Dalam kegiatan pemograman algoritma juga biasanya dianggap sebagai sebuah logika untuk menentukan alur program yang akan dibuat.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti akan menganalisis dan memberikan gambaran secara cermat dan faktual tentang bagaimana proses penyampaian aspirasi melalui saluran media sosial Instagram di Kota Makassar. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Penelitian bertujuan untuk mengetahui efektivitas dalam

menyampaikan aspirasi melalui media sosial Instagram yang memudahkan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah Kota Makassar dengan menggunakan akun Instagram milik pemerintah dan akun Instagram milik masyarakat. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei hingga Agustus 2022 di Kota Makassar. Teknik pengumpulan data dan analisis data dilakukan melalui:

1. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini wawancara semi terstruktur (*semi-structured interview*). Wawancara dilakukan tidak hanya dalam rangka pengumpulan data/informasi, tetapi secara kualitatif dilakukan untuk melakukan eksplorasi terkait pemahaman, perilaku dan persepsi, baik dari partisipan maupun peneliti.
2. Observasi. Peneliti mengamati secara langsung dan mencatat segala permasalahan yang diteliti, melalui teknik ini gambaran tentang bagaimana cara masyarakat menggunakan media sosial Instagram dalam menyampaikan aspirasi kepada pemerintah kota Makassar Dimana, kegiatan ini melibatkan seluruh kekuatan indera, seperti pendengaran, perasa, sentuhan, dan cita rasa berdasarkan pada fakta-fakta peristiwa empiris.
3. Analisis dokumen merupakan pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mendukung data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Selain itu, sumber datanya bisa berupa catatan administrasi, memo, agenda ataupun dokumen lainnya yang relevan (Wahidmurni, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Efektifitas dalam penyampaian aspirasi masyarakat kepada pemerintah dapat peneliti simpulkan beradarkan beberapa unsur seperti kualitas komunikasi, kuantitas, waktu, kecepatan dan kepuasan baik netizen atau masyarakat yang menyampaikan aspirasi maupu pemerintah atau instansi terkait. Peneliti mengambil sebuah contoh aspirasi masyarakat berupa sebuah pohon yang tumbang membuat jalan raya tertutup oleh pohon yang kemudian dikirim ke admin media sosial Instagram @info_kejadian_makassar, lalu kemudian diunggah di akun tersebut dan mendapat tanggapan dari pemerintah.

Peneliti menemukan sebuah pemberitaan di media sosial Instagram yang diunggah akan berpotensi menjadi viral karena spontan akan mendapat ratusan komentar dari netizen dalam beberapa jam sejak postingan itu diunggah, sementara hampir semua staf pemerintah mengikuti akun info yang ada di Makassar sehingga dari situlah tindakan dari pemerintah cenderung lebih cepat dikerjakan sehingga masyarakat dapat dengan cepat merasakan manfaatnya dan secara otomatis akan meningkatkan kepercayaan kepada pemerintah dan kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah kota Makassar.;

Manfaat yang didapat oleh netizen pengguna akun Instagram adalah dapat dengan mudah memberikan laporan dari tempat kejadian tanpa harus bingung mencari informasi kemana harus melapor. Selain daripada itu netizen bisa menghemat waktu dan biaya karena hanya menggunakan smartphone yang memiliki kuota internet dan aplikasi media sosial Instagram yang gratis. Sementara dari pihak pemerintah kota Makassar sangat diuntungkan karena dapat mengetahui keadaan real di lapangan dalam waktu yang singkat sehingga bisa dengan cepat pula pemerintah atau SKPD pemkot Makassar melakukan persiapan penangan sebelum terjun kelapangan guna menyelesaikan masalah yang sedang terjadi.

Dari sekian banyak akun Instagram yang ada di Makassar, Peneliti mengambil focus penelitian pada dua akun yang menjadi perhatian serius pemerintah Kota Makassar dan sekaligus dijadikan acuan dasar dalam melihat sejauh mana tingkat kepuasan masyarakat terhadap pemerintah kota Makassar sekaligus menampung aspirasi masyarakat.

Selain memiliki pengikut yang banyak, akun Instagram @info_kejadian_Makassar dan @makassar__info juga memiliki algoritma yang bagus karena tingkat interaksi di akun tersebut juga sangat tinggi. Apa yang diunggah di akun Instagram @info_kejadian_Makassar dan @makassar__info secara otomatis akan diserbu oleh netizen baik hanya sekedar memberi like, komentar bahkan memposting ulang ulang konten yang ada di akun tersebut ke akun Instagram lain.

Dalam seminggu interaksi yang terjadi di akun Instagram @info_kejadian_Makassar dengan jumlah pengikut 458 ribu dapat menjangkau 274.866 ribu akun dengan jumlah interaksi hingga 6 juta kali. Sedangkan akun Instagram @makassar__info dengan jumlah pengikut 418 ribu dapat menjangkau 303.574 ribu akun dengan jumlah interaksi hingga 10 juta kali.

Hasil wawancara peneliti kepada salah satu admin media sosial berinisial AA memaparkan bahwa:

“Sebagai alat komunikasi, Instagram sangat bagus dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan aspirasi karena untuk melakukan tatap muka dengan pemerintah sangatlah sulit apalagi harus melewati berbagai macam prosedur yang ada hanya untuk dapat bertemu dengan pemerintah. Media sosial ini cara yang ringkas agar opini kita bisa di dengar oleh pemerintah”. 20 Agustus 2022, 10:30

Senada dengan itu, melalui wawancara peneliti kepada aktivis dan juga ketua DPD KNPI Makassar, Hasrul mengatakan:

“Selain penyampaian aspirasi secara langsung juga dapat kita gunakan cara yang lebih simple untuk menyampaikan aspirasi yaitu lewat media sosial. bayangkan kalau kita sibuk dengan berbagai macam urusan keseharian mana mungkin kita punya waktu untuk bertemu dengan pemerintah yang juga sibuk dengan jadwal kegiatannya. oleh karena itu agar kita juga dapat menyampaikan aspirasi maka Instagram bisa menjadi solusi”. 25 Agustus 2022, 19:30

Selain sebagai alat untuk hiburan dan bersosial media Instagram bisa juga digunakan untuk menyerap aspirasi dari kaum muda karena pengguna Instagram mayoritas digunakan oleh anak remaja. Senada dengan itu, menurut admin salah satu media sosial, NF mengemukakan alasan kenapa anak muda dan remaja menyukai Instagram. Dalam wawancara dengan peneliti ia mengatakan:

“Media sosial saat ini menjadi platform yang sangat diminati kaum muda, karena memudahkan kita untuk mendapatkan informasi terkini dengan begitu cepat”. 21 Agustus 2022, 12:30

Terkadang saluran komunikasi terhambat karena jalur birokrasi suatu pemerintahan sangat rumit dan berlapis. aspirasi yang negatif kemungkinan akan membuat atasan marah atau bisa saja bawahan akan ditegur oleh karena suatu persoalan yang mungkin tidak tuntas atau bahkan tidak dilaksanakan oleh bawahan sehingga terkadang kritikan tidak sampai ke atasan. Dengan adanya sosial media maka jalur birokrasi bisa diputus dan aspirasi dapat tersampaikan kepada pemerintah dalam hal ini walikota Makassar.

Data dari peneliti ini juga diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan AA, admin media sosial yang mengatakan bahwa:

“Medsos sangat berpeluang karena secara personal pemerintah dapat mengetahui dan membaca langsung tanpa disortir oleh pihak protokoler. Aspirasi begitu transparan disampaikan sehingga tidak ada yang tersembunyi antara pemerintah dan masyarakat” 20 Agustus 2022, 10:30

Dari penjelasan diatas peneliti hanya mengambil sampel dua akun saja untuk mengukur sejauh mana informasi itu berkembang di masyarakat, bayangkan saja berapa jumlah interaksi yang terjadi ketika kita menghitung semua akun informasi yang ada di makassar yang jumlahnya lebih dari 50 akun, maka jika tidak ditangani dengan tepat bisa jadi berita bohong seolah menjadi kebenaran jika disajikan secara bersamaan dan berulang-ulang.

Banyaknya interaksi yang terjadi di dunia maya melalui akun Instagram membuat masyarakat semakin mudah dalam menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah Kota Makassar.

Walaupun media sosial seringkali hanya menjadi alat penyampaian informasi awal, namun netizen biasanya langsung ramai di kolom komentar untuk memberikan opini mereka, disinilah pemerintah memperoleh masukan berupa kritikan dan saran dari masyarakat. Jika pemerintah salah dalam memberikan penanganan maka bisa jadi tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah akan berkurang. Yang menjadi perhatian pemerintah terhadap akun di Instagram sebenarnya banyak, namun ada beberapa yang menjadi perhatian khusus terutama yang memiliki banyak pengikut yaitu diatas 400 ribu yaitu akun @makassar__info dan @info_kejadian_makassar dimana jika kita hitung tingkat impresi dari dua akun tersebut selama seminggu berada dikisaran 16 juta pemirsa, atau bisa dikatakan ada 16 juta kali interaksi dengan konten yang diunggah pada dua akun tersebut selama seminggu.

Hasil pengumpulan data oleh peneliti mendapatkan fakta dilapangan dimana aspirasi yang beredar luas di medsos dan bahkan menjadi viral cenderung lebih cepat ditanggapi oleh pemerintah. Selain untuk mencegah kegaduhan, tindakan cepat dari pemerintah juga memberikan kepuasan kepada masyarakat dan menjaga tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Dari berbagai macam aspirasi yang disampaikan masyarakat lewat media sosial ada beberapa yang menjadi sangat berpeluang untuk segera ditindaklanjuti dikeranakan beberapa sebab diantaranya jika isu yang berkembang tersebut berpotensi terjadinya kegaduhan di masyarakat, isu yang menyangkut hajat orang banyak, isu yang butuh penanganan segera. Peneliti mengambil sampel kejadian jalan rusak yang ada di jalan poros antang dimana masyarakat menjadi resah akibat rusaknya jalan dan cenderung menyalahkan pemerintah kota Makassar.

Setelah mendapat klarifikasi dari pemerintah kota Makassar bahwa jalan di poros Antang bukan merupakan kewenangan pemerintah kota melainkan kewenangan pemerintah Provinsi Sulawesi selatan, masyarakat pun berbondong-bondong menggunakan media sosial Instagram untuk menyampaikan aspirasi ke pemerintah provinsi Sulawesi Selatan menggunakan akun Instagram info @info_kejadian_makassar dan @makassar__info lalu diikuti oleh akun Instagram lain. Setelah menjadi viral di media sosial, ditambah lagi ada beberapa konten creator dan influencer yang turut memberikan komentar dalam bentuk konten video.

Bukan hanya mereka, Syaharuddin Alrif anggota DPRD Provinsi pun turut mengunggah keadaan jalan rusak di poros Antang tersebut diakun pribadinya @syaharuddin_alrif_1 dan menuai banyak komentar dalam bentuk dukungan dan kritikan. Hal ini membuat pemerintah Provinsi Sulsel angkat bicara dan akhirnya melakukan pembenahan jalan dengan menabur krikil untuk menimbun jalan yang rusak tersebut.

Dengan diunggah di media sosial Instagram selain bisa menjadi viral juga secara otomatis dapat disaksikan oleh masyarakat luas sekaligus dikomentari oleh para netizen baik komentar positif maupun komentar negatif sehingga pemerintah dan instansi terkait cenderung mengambil Langkah yang cepat dan tepat. Media sosial juga dapat dijadikan tolak ukur oleh pemerintah untuk melihat dan menilai karakter masyarakat kota Makassar dengan memperhatikan beberapa indikator, misalnya konten apa yang ramai dan sering jadi trending topik, pukul berapa rata-rata tingkat komentar meningkat, jenis kelamin apa yang cenderung memberikan komentar dan diusia berapa kebanyakan yang memberikan komentar.

Dengan hadirnya media sosial sesungguhnya memudahkan pemerintah mengidentifikasi masalah yang berkembang di masyarakat dan dengan cepat dapat mengambil Langkah-langkah strategis dalam penanganannya karena media sosial sendiri adalah berwujudan masyarakat yang ada di dunia nyata, justru di dunia maya keterbukaan itu lebih gamblang karena masyarakat yang tadinya malu atau takut menyuarakan aspirasi secara langsung bisa dengan cepat mengirim pesan dan pendapatnya melalui media sosial.

Pemerintah dan para admin media sosial menjalin kolaborasi yang intens sehingga pemerintah dapat menjadikan media sosial Instagram dapat menjadi corong dalam mengsosialisasikan program

pemerintah sekaligus menjadi alat untuk klarifikasi dan menjawab aspirasi masyarakat. Pesan Yang ingin disampaikan pemerintah melalui medsos adalah bentuk informasi Yang perlu diketahui oleh masyarakat, melalui medsos ini lebih mudah dan cepat tersampaikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil rumusan masalah, analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh ringkasan utama hasil penelitian, kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya atas penelitian yang dilakukan dengan judul: “Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyampai Aspirasi Masyarakat Kepada Pemerintah Kota Makassar.” Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Metode yang efektif dalam menyampaikan aspirasi masyarakat kota Makassar kepada pemerintah yaitu dengan bantuan aplikasi media sosial bernama instagram melauai akun @info_kejadian_makassar dan @makassar__info dimana masyarakat dapat secara langsung menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah Kota Makassar. Setiap postingan di akun Intagram info ramai diserbu oleh netizen baik sekedar mengomentari, berdiskusi, memeri saran dan kritik. Jumlah interaksi yang terjadi dalam kurun waktu seminggu pada tanggal 20 agustus 2022 mencapai total 16 juta interaksi atau sekitar lebih dari 200 ribu interaksi tiap postingan dengan jangkauan tidak kurang dari 50% warga Makassar. Pemerintah kota Makassar cenderung memprioritaskan aduan masyarakat yang viral di media sosial untuk segera ditindaki, minimal diberi tanggapan dan sanggahan guna memberikan pencerahan kepada masyarakat Makassar agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau justru berkembang menjadi berita hoax.
2. Pemerintah kota Makassar menggunkan beberapa akun instagram official pemerintah kota Makassar dan akun milik masyarakat yang memiliki pengukut yang banyak untuk menyebarluarkan informasi kepada masyarakat secara luas baik berupa pencapaian program pemerintah maupun dalam menanggapi aspirasi masyarakat Makassar yang disampaikan lewat media sosial agar penyebaran informasi bisa lebih luas dan efektif. Selain menyampaikan informasi, pemerintah kota Makassar juga menerima masukan berupa informasi dari warga net yang menyangkut seberapa tingkat kepercayaan kepada pemerintah dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah kota Makassar.
3. Dalam menjawab segala aspirasi yang berkembang dan viral di Instagram, pemerintah kota Makassar selain memantau dan mengumpulkan informasi melalui media sosial juga memikirkan langkah strategis yang harus diambil dalam rangka memenuhi aspirasi masyarakat. pemerintah kota Makassar melauai akun media sosial Instagram, baik itu milik pemerintah maupun milik masyarakat seperti akun @info_kejadian_makassar dan @makassar__info untuk memberikan komentar dan melakukan klarifikasi.

REFERENSI

- Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick. Wadsworth Publishing Company, 1991:140 - Mass media Arikunto. (2010):22. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012:102, 126, 300). Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Non-probability sampling.
- Anon. 2019. “17 | P a g E.” 9(Juni):17–31.
- Budiyono, Mr. 2016. “Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017.” Jurnal Komunikasi 11(1):47–62. doi: 10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art4.
- Chandra, Edy. 2018. “Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian

- Aspirasi Pribadi.” Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni 1(2):406. doi: 10.24912/jmishumsen.v1i2.1035.
- Irwanto, I. I., and L. R. Hariatiningsih. 2020. “Meliterasi Warganet Dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial Yang Sehat.” *Journal Komunikasi* 11(30):23–30.
- Maulana, Ilham Ilham, Chatib Saefullah, and Tata Sukayat. 2020. “Dakwah Di Media Sosial Pada Channel Youtube Akhyar TV.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3(3):258–74. doi: 10.15575/tabligh.v3i3.675.
- Mutiah, Tuty, Ilham Albar, Fitriyanto, and A.Rafiq. 2019. “Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial.” *Global Komunika* 1(1):14–24.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja.” *Communication* 8(1):51. doi: 10.36080/comm.v8i1.651.
- Rafiq, Ahmad. 2020. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat.” *Global Komunika* 1(1):18–29.
- Rahmawati, Devie. 2018. “Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial : Kajian Terhadap Kerentanan Sosial Dan Ketahanan Bangsa.” *Jurnal Kajian Lemhanas RI* 33(Maret):37–49.
- Setiadi, Ahmad. 2014. “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.” *Jurnal Ilmiah Matrik* 16(1).
- Setiyanto, Fanny Briliansa, Didik Setyawan, and Ariefah Yulandari. 2021. “Pengaruh Algoritma Instagram Terhadap Yang Lebih Tinggi Dalam Instagram.” (September):250–57.
- Suryani, ita. 2015. “Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014.” *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)* 8(April 2014):123–38.
- Zubaidi, Ahmad, Moh. Wildan Jauhary, and Lia Lestari. 2020. “Peran Media Digital Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi Pada Tirto.Id Di Yogyakarta.” *Jurnal Kawistara* 10(1):77. doi: 10.22146/kawistara.41407.
- Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick. Wadsworth Publishing Company, 1991 - Mass media