

KOMUNIKASI POLITIK MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Riyan Zahrozi¹, Fitria Yuliani²

^a Universitas Muhammadiyah Bengkulu

^b riyanzahrozi11@gmail.com

^c fitriayuliani@umb.ac.id

INFO ARTIKEL

Keywords
*media social
instagram
uses and gratification*

ABSTRAK

Ihsan Sobari adalah salah satu aktor politik di Kabupaten Kaur dan antara lain merupakan salah satu kandidat pemilu termuda. Ihsan Sobari pertama kali terjun ke dunia politik pada pemilu kali ini dan melakukan komunikasi politik melalui platform media sosial Instagram. Media sosial diartikan sebagai wadah virtual diinternet yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial dapat menjadi alat komunikasi yang menghubungkan manusia satu sama lain tanpa batasan ruang dan waktu. Dalam konteks demokrasi digital saat ini, media sosial dijadikan salah satu indikator partisipasi politik karena kita bisa mengamati bagaimana pemilih menyampaikan pendapatnya terhadap isu-isu politik.

Adapun dilakukannya penelitian ini guna mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang diterapkan oleh Ihsan Sobari. Kemudian digunakan sebagai bahan penilaian. Peneliti menggunakan teori kegunaan dan kepuasan dalam penelitian ini dan juga peneliti menggunakan tiga unsur dalam teori kegunaan dan kepuasan yaitu : kognitif, afektif dan sosial. Hasil penelitian menunjukkan jika Ihsan Sobari dalam penggunaan media sosial khususnya Instagram miliknya untuk berkomunikasi politik. Hal ini terlihat dari komunikasi politik yang dilakukan dengan media, dimana Ihsan Sobari menyebarkan informasi melalui konten, video, gambar atau poster serta headline, dan melalui itu Ihsan Sobari menyampaikan informasi, tujuan, program yang ingin dibangun dan juga visi. . - tugas agar dikenal oleh masyarakat. Strategi yang dilakukan oleh Ihsan Sobari dengan menggunakan media yang mempunyai pengaruh besar dan peranan yang sangat penting saat ini dan juga penggunaan media sekarang menjadi suatu tindakan yang efektif dan tepat untuk dilakukan.

1. Pendahuluan

Keberadaan media sosial telah mentransformasi dan mentransformasi setiap aspek kehidupan masyarakat pengguna media sosial. Saat ini terjadi arus perubahan yang sangat cepat di masyarakat melalui media sosial. Saluran Media sosial diartikan sebagai suatu alat untuk berjejaring di dunia maya (Internet). Kemajuan teknologi informasi dalam komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi dengan banyak orang. Media sosial telah berubah menjadi ruang digital baru yang banyak disukai semua orang. Tidak dapat dipungkiri keberadaan media sosial memberikan banyak kemudahan bagi yang menggunakan.

Berkembangnya dunia teknologi yang semakin inovatif di era global secara langsung berdampak pada masyarakat, terutama generasi muda. Pengguna mampu memanfaatkan media sosial dengan mudah dan praktis melalui ponsel dimana dan kapan saja. Ada banyak platform media sosial yang berbeda. Peluncuran Friendster pada tahun 2002 menjadi awal kesuksesan Popularitas media sosial tak terbendung dengan jutaan pengguna yang aktif. Facebook menjadi platform yang mendominasi sejak tahun 2006, diikuti oleh platform lain seperti Twitter, Path, Instagram dan Snapchat. Keberadaan media sosial ini menunjukkan kebutuhan pengguna yang cerdas untuk terhubung dan berinteraksi di era global (Culandari, 2008).

Media sosial kini dapat memberikan dampak yang signifikan dan kuat yang diketahui dan dipahami oleh hampir semua orang di seluruh dunia. Begitu pula dengan menggunakan media sosial. Teknologi internet melahirkan media sosial yang mengubah cara orang berkomunikasi dan berbagi informasi. Di era digital, media sosial bagaikan dunia tanpa batas yang menghubungkan manusia di seluruh penjuru. Jarak dan waktu bukan lagi hambatan, komunikasi terhubung tanpa batas melalui media sosial.. Remaja merupakan kelompok umur yang paling banyak menggunakan jejaring sosial (Azizan, 2016).

Saat ini hampir pasti setiap pemilik smartphone juga mempunyai akun media sosial lainnya seperti Instagram, facebook, Twiter. Ruang ini ibarat sebuah kebiasaan yang mengubah cara kita berkomunikasi di era digital ini. Dulu komunikasi hanya dilakukan dengan cara tradisional, biasanya dengan pertukaran kartu nama, namun kini Anda

mengubah alamat akun atau mencari teman di media sosial dengan setiap orang baru yang Anda temui.

Masyarakat sebagai pengguna media sosial perlu diberikan edukasi mengenai etika dan aturan penggunaan media sosial sehari-hari. Menelusuri jejak kebenaran di era informasi: memvalidasi media cetak, elektronik, dan online, harus dianalisis dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Tujuan validasi adalah untuk menemukan keseimbangan antara pengetahuan yang diperoleh. Tren menunjukkan mayoritas pengguna jejaring sosial adalah anak-anak dan remaja, terutama pelajar. Pemahaman terhadap dampak negatif literasi digital Membekali diri dengan pengetahuan untuk beraktivitas aman di internet. Media sosial bukan hanya platform online, tapi juga kekuatan global yang mengubah budaya dan perilaku manusia. Keberadaannya membuat masyarakat terus bergantung pada media sosial untuk berkomunikasi. Media sosial di Indonesia bagaikan gelombang pasang, penggunaanya terus bertambah tanpa henti. (Maulidina, 2019).

Pemilik media sosial khususnya Facebook, Instagram dan Twitter sering dimanfaatkan dalam politisasi, layaknya berkampanye atau mengkomunikasikan gagasan. Perihal ini juga terjadi disaat Pilpres 2019, terdapat banyak *account* yang dikaitkan oleh *political parties* atau dibuat wahana penyajian ide politik. disamping itu, juga banyak politisi yang mempunyai platform sosial di *Facebook*, *Instagram*, atau *Twitter*, layaknya anggota dewan hingga Presiden, pengurus *parties*, dan Struktural lainnya. Pemanfaatan platform jejaring sosial sebagai alat politik tentunya guna mempengaruhi perkembangan komunikasi politik di masyarakat, khususnya dalam hal ini mahasiswa.

Dalam penelitian ini, penulis fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai alat penyampaian politik. Berdasarkan aktor politik yang ada di Kabupaten Kaur, khususnya Provinsi Bengkulu, terlihat banyak calon legislatif di kabupaten Provinsi Bengkulu yang menyampaikan pesan politik ke akun media sosial, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Informasi yang ingin disampaikan terkait visi dan misi calon, ajakan memilih dalam pemilihan wakil rakyat, aktivitas keseharian calon wakil dalam pelaksanaan kampanye. Informasi akan diberikan terus menerus hingga akhir masa kampanye. (Adiwiyanti, 2022)

Media sosial khususnya Instagram dapat menyampaikan pesan-pesan politik dalam bentuk caption, foto, video, story dan lainnya. Serta @ihсан sobari yang merupakan salah satu calon anggota DPRD Provinsi Bengkulu. Ihsan Sobari merupakan salah satu generasi muda yang berlari dengan visi – misi tercapai. Selain itu, ihsan Sobari merupakan seorang pengusaha di bidang kuliner, kafe, dan jasa pengiriman alat dan barang elektronik.

Ihsan Sobari merupakan calon Legislator DPRD Kabupaten Kaur yang termasuk termuda dari segi usia. Dan peneliti memilih Instagram sebagai platform media penelitian karena generasi Millennial dan Generasi Z banyak menggunakan Instagram, hal ini berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) yaitu 49,52% dari 143,26 juta yang menggunakan dunia digital di seluruh dunia. Indonesia, di antara penggunanya adalah kalangan remaja. Berdasarkan data yang didapati antara usia 13 hingga 18 tahun sebanyak 16,68% dan usia 19-34 tahun kisaran 49,52% yang berarti mayoritas pengguna internet adalah kaum muda dan penilaian media sosial sebesar 87,13%. , salah satunya adalah platform sosial Instagram. (Amizela et al., 2019)

Untuk mengidentifikasi Generasi Z dan Milenial, kami melihat variabel tahun lahir (1997-2012) dilihat dari data resmi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Sensus 2020. Sedangkan generasi milenial berbeda-beda tiap tahunnya (1981-1996). Ihsan sobar memiliki 3177 pengikut Instagram dan 67 postingan hingga tahun 2024 dan aktif menyampaikan informasi dan edukasi baik melalui video, foto, dan caption. Ihsan Sobari bersemangat terjun ke dunia politik dan juga semangat baru untuk menciptakan perubahan.

2. Metode Penelitian

2.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah kualitatif, dimana fenomena-fenomena yang muncul dalam penelitian diuraikan atau diuraikan secara sistematis, benar dan akurat, setelah itu materi dianalisis untuk diambil kesimpulan. Penelitian kualitatif ialah cara yang mendalam untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan berfokus pada narasi yang diceritakan melalui wawancara langsung, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Dengan memahami metode ini secara menyeluruh, dapat membantu peran peneliti dalam menjelaskan, mengumpulkan dan mengelola data

dengan konteks yang lebih spesifik termasuk lokasi dan sumber data yang digunakan. Melalui pendekatan ini, kepatuhan terhadap standar penulisan ilmiah dapat dijaga dengan baik, disertai dengan kejelasan dan keakuratan hasil penelitian mampu dipastikan dalam kontribusi ilmiah yang telah dibuat. (Bloom dan Reenen, 2013)

Penelitian kualitatif tidak dirancang untuk menguji suatu hipotesis, tetapi hanya untuk mendeskripsikan dan menggambarkan suatu peristiwa. Menurut Bogdan dan Taylor, serta Moleong (2007) menyatakan dalam bukunya bahwa “Metodologi penelitian kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang orang-orang dan perilaku yang diamati, dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan”.

Penelitian deskriptif diartikan sebagai metode ilmiah yang bertujuan untuk menggambarkan secara komprehensif fenomena yang diamati, baik yang alami maupun yang merupakan hasil intervensi manusia. Adapun dengan digunakannya metode ini dapat memberikan deskripsi yang sistematis dan akurat mengenai karakteristik populasi atau area tertentu berdasarkan data yang dikumpulkan. Melalui pendekatan ini, peneliti mampu mengeksplorasi bagaimana komunikasi politik di media sosial, khususnya melalui akun Instagram @Ihsansobari_ dari Caleg Kabupaten Kaur, berlangsung, serta mengidentifikasi pola komunikasi, interaksi, dan pengaruhnya terhadap audiens. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya merekam fenomena yang terjadi tetapi juga menyediakan insight yang mendalam untuk pemahaman dan analisis lebih lanjut.

2.2. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk pengumpulan data. Teknik ini melibatkan seleksi partisipan yang memiliki karakteristik khusus yang sesuai dengan topik penelitian, seperti keahlian atau pengalaman langsung terkait dengan masalah yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti guna memilih dengan cermat individu atau kelompok yang mampu memberikan perspektif yang berharga dan relevan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dengan demikian, Dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas serta nuansa yang lebih detail tentang konteks dan dampak dari hasil temuan. Narasumber merupakan orang yang akan memberitahu dan mengetahui secara jelas tentang informasi dan akan

menjadi sumber informasi di tempat penelitian. Karakteristik dalam menentukan informan ini yaitu :

1. Pengikut Instagram Media Sosial dari Ihsan Sobari.
2. Masyarakat yang tinggal di Kabupaten Kaur Kecamatan Kinal.
3. Masyarakat yang aktif dalam Organisasi Ke-Masyarakatan.
4. Masyarakat yang aktif mengikuti perkembangan Media Sosial Instagram Ihsan Sobari
5. Masyarakat yang aktif berinteraksi di Media Sosial Instagram Ihsan Sobari
(Memberikan like/Komentar)

3. Teori

Teori Kegunaan dan Kepuasan, atau “Uses and Gratifications Theory” ialah konsep yang evolusi dari Model Jarum Suntik atau Hypodermic Needle Model dalam bidang studi komunikasi. Teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 melalui karyanya yang berjudul “The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research”. Pendekatan ini menggarisbawahi jika pengguna media bukan hanya penerima pasif, melainkan aktif dalam memilih dan menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan spesifiknya. Pengguna media bertindak sebagai pemilih yang aktif mencari dan menggunakan sumber media yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Oleh karena itu, teori ini mengasumsikan pengguna memiliki kebebasan dan pilihan dalam memenuhi kebutuhannya melalui media.

Teori kegunaan dan kepuasan, menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer yakni mempelajari bagaimana harapan seseorang terhadap media dibentuk oleh kebutuhan sosial dan psikologisnya. Dengan kata lain, asumsi orang tentang pengalaman dengan media membentuk pemilihan dan konsumsi mediana. Pola interaksi dengan media serta keterlibatannya dalam kegiatan lainnya dipengaruhi oleh pilihan tersebut. Dalam situasi ini, penggunaan media dianggap sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial tertentu yang berkembang dari latar belakang kehidupannya. Akibatnya, mempengaruhi bagaimana seseorang mengelola konsumsi mediana serta menunjukkan preferensi pribadi selain interaksi kompleks antara kebutuhan, harapan, dan pengalaman media yang dicari. Pendekatan ini dikembangkan pada awal penelitian komunikasi untuk

mempelajari kenikmatan dan kemudian memotivasi pengguna untuk terlibat dalam berbagai media yang dapat memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis (Cantril, 1942). Teori kegunaan dan gratifikasi menekankan bahwa pengguna secara aktif memutuskan media mana yang mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Kegunaan dan kepuasan mulai berkembang pada tahun 1994, dan pada tahun 1940an para peneliti menjadi tertarik pada bagaimana khalayak termotivasi untuk terlibat dalam berbagai perilaku media, seperti membaca koran.

Salah satu teori paling penting dalam studi komunikasi massa ialah teori kegunaan dan kepuasan, yang dikenal sebagai “uses and gratifications theory”. Teori ini berfokus pada bagaimana media mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat serta bagaimana cara merespons dan memenuhi kebutuhan individu dan sosial masyarakat. Oleh karena itu, teori ini menganggap jika audiens media berpartisipasi secara aktif dalam mengonsumsi konten media guna memenuhi kebutuhan individu. Metode ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana orang menggunakan media sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan sosial, psikologis, dan informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagian besar penelitian tentang teori kegunaan dan gratifikasi “uses and gratifications theory” Metode ini berpusat pada motif sebagai faktor yang dapat memengaruhi penggunaan media. Dalam teorinya, Palmgreen juga menekankan bahwa orang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau sosial mereka. Dengan kata lain, motivasi yang mendorong seseorang untuk menggunakan media sangat penting untuk bagaimana dan mengapa mereka berinteraksi dengan konten media tertentu. Namun, gagasan ini didasarkan pada pertanyaan apakah media dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan kata lain, Palmgreen mengevaluasi apakah pengguna merasa puas setelah menggunakan media tersebut.

Menurut teori kegunaan dan gratifikasi, media berfungsi sebagai bagian aktif dari proses komunikasi selain berfungsi sebagai pengirim pesan pasif. Hal ini menekankan jika pengguna media memainkan peran penting sebagai pemilih yang sadar dan aktif dalam memilih media apa yang dikonsumsi. Individu tidak hanya mencari hiburan atau informasi, tetapi juga memanfaatkan media dalam memenuhi kebutuhan sosial dan psikologisnya, seperti memenuhi rasa ingin tahu, berinteraksi dengan orang lain, dan menemukan identitas. Oleh karena itu, teori ini menekankan jika preferensi dan tujuan yang berbeda setiap dalam mengonsumsi media. Preferensi dan tujuan ini tercermin dalam pilihan individu terhadap jenis media dan konten yang akan dikonsumsi. (Seri, 2021).

Teori kegunaan dan gratifikasi adalah teori yang mengukur kepuasan yang terkait dengan penggunaan media. Teori ini menegaskan bahwa khalayak dapat secara aktif memilih media yang berguna (uses) untuk memperoleh kepuasan (satisfaction) sesuai dengan keinginannya. Ada tiga komponen atau jenis dalam teori kegunaan dan kepuasan, yaitu:

1. KognitifKebutuhan yang berkaitan dengan memperoleh informasi, mengetahui dan memahami lingkungan dan alam, seperti menggunakan Internet. saat mencari informasi.
2. Kepuasan afektif mengacu pada pengalaman yang menyenangkan, estetis, dan mampu memenuhi kebutuhan emosional individu. Hal ini menyoroti pentingnya pengalaman yang tidak hanya memuaskan secara intelektual atau fisik, tetapi juga secara emosional dan psikologis. Serta kepuasan afektif mengacu pada interaksi yang menghasilkan respons positif dan meningkatkan kualitas hidup melalui pengalaman yang menggugah perasaan dan emosi yang mendalam.
3. Sosial Kebutuhan terkait komunikasi dan interaksi menggunakan media sosial dengan keluarga, teman, dan dunia.

4. Temuan dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, Seperti yang kita ketahui, saat ini media sosial merupakan media yang sangat berpengaruh. Melalui media sosial, kita dapat menjadi apa dan siapa yang kita inginkan. Hal ini memberikan banyak potensi positif yang dapat kita manfaatkan dengan baik. Sebagai masyarakat yang baik, kita seharusnya dapat menggunakan media sosial untuk hal-hal yang positif dan menguntungkan, tidak hanya bagi diri kita sendiri tetapi juga bagi pengguna lainnya. Media sosial memiliki momentum yang berharga, sehingga kita perlu bijaksana dalam memanfaatkannya.

Saat ini Para aktor politik memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk membangun komunikasi dan edukasi politik bagi generasi milenial. Hal ini Para politisi memanfaatkan Instagram untuk mencerdaskan generasi milenial tentang politik. Dalam diskusi politik dan dinamika demokrasi masyarakat, khususnya mahasiswa sebagai pemilih pemula, seringkali mendapatkan informasi dari media sosial khususnya Instagram yang kini menjadi media yang banyak digunakan di kalangan milenial yang dapat menjadi wadah berdiskusi dan mengungkapkan pikiran dan pendapat pribadi.

Selain memiliki kelebihan, media sosial Instagram juga memiliki beberapa kekurangan, sebagaimana yang dimiliki oleh media sosial lainnya. Beberapa kekurangan Instagram antara lain adalah: Karena berbasis smartphone, foto-foto yang diunggah di Instagram cenderung terlihat kecil dan kurang jelas untuk dilihat secara detail; Pengguna tidak dapat mengunggah video berdurasi panjang karena dibatasi hanya sampai 1 menit, Adanya dampak negatif, seperti banyaknya konten berbau pornografi yang diunggah, pencemaran nama baik orang lain, serta penipuan terkait online shop dan lain sebagainya.



Pada gambar di atas yang merupakan salah satu postingan yang ada di Instagram milik Ihsan Sobari, terlihat sebuah foto Ihsan Sobari dengan latar belakang yang menunjukkan tulisan yang sepertinya membagikan pengalaman Ihsan dalam bidang organisasi dan lainnya. Latar belakang berwarna oranye, yang merupakan warna dasar dalam Partai Keadilan Sejahtera (PKS), mengindikasikan bahwa dari postingan tersebut Ihsan Sobari telah memperkenalkan diri dalam berbagai bidang, seperti pengalaman organisasi dan pekerjaannya, dengan tujuan agar masyarakat yang melihat dapat mengetahui tentang Ihsan Sobari.

Ihsan sobari merupakan salah satu bentuk komunikasi politik melalui media sosial dari sudut pandang penemuan kognitif, yaitu suatu bentuk komunikasi melalui presentasi diri dalam bentuk video atau poster atau brosur, yang kemudian ditransformasikan menjadi postingan media sosial di Instagram. media dan juga bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh ihsan sobari, yaitu. untuk menyebarkan informasi melalui konten, video, gambar atau poster dan juga judul terbitannya, Dan dengan ini Ihsan Sobari mencoba menyampaikan informasi, tujuan, program Ihsan Sobari dan juga visi – misinya agar dapat diketahui masyarakat.

Bentuk komunikasi politik Ihsan sobari melalui media sosial terlihat dari pengungkapan afektifnya yaitu ihsan sobari secara tidak langsung mengajak masyarakat atau mempengaruhi masyarakat untuk memenangkan pemilu ihsan sobari. Hal ini terlihat melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh ihsan sobari seperti visi misi ihsan sobari serta tujuan dan publikasi seperti tata cara pemungutan suara yang benar, sehingga ihsan sobari memberikan informasi kepada masyarakat tentang pesan-pesan tersebut.

Selain itu, bentuk komunikasi politik ihsan sobari di media sosial yang dapat dilihat di media sosial adalah ihsan sobari Berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan melewati media sosial. Komunikasi yang kita lihat secara langsung misalnya bertemu dengan masyarakat di karantina desa dan kegiatan olah raga bersama, serta berbagi informasi ketika masyarakat berada di balai desa, komunikasi melalui media sosial seperti postingan di instagram dan juga melalui like dan komentar yang diberikan. dari komunitas hingga ihsan sobar.

Berbeda jauh dengan apa yang sudah diketahui orang tentang ihsan sobari Instagram dari jejaring sosial sebagai tempat mendapatkan informasi politik yang diperlukan, namun memiliki pengaruh yang baik dan rasa percaya diri. Begitulah cara Ihsan Sobari ingin mencapai tujuannya dengan cakupan yang lebih luas atau diketahui banyak orang bahwa media sosial Instagram adalah wadah informasi politik di daerah pemilihan 3 Kaur, dimana Ihsan Sobari menjadi salah satu calonnya. kandidat.

Minat masyarakat terhadap media adalah apa yang dilakukan pengguna terhadap produk yang dihasilkannya. Platform digital dijadikan sebagai pendorong yang cukup kuat untuk meningkatkan brand awareness masyarakat. Media sosial saat ini sedang ramai, sehingga ihsan Sobari memilih Instagram sebagai platform media sosialnya. Instagram sebagai salah satu situs media sosial terbesar dan saat ini menjadi yang paling populer kedua setelah TikTok, terutama di kalangan Generasi Z, karena memiliki berbagai fitur

yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto, video, dan cerita dengan cara yang kreatif dan interaktif. Popularitasnya di kalangan Generasi Z menunjukkan jika situs tersebut tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi momen dan kreativitas, tetapi juga menjadi tempat untuk memainkan peran yang lebih besar daripada hanya berbagi foto dan video.

Jadi dapat dikatakan bahwa pengguna menggunakan media (penggunaan) tertentu sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. mendapatkan apa yang mereka butuhkan (kepuasan). Pendekatan penggunaan dan kenikmatan mempertanyakan cara individu memanfaatkan media atau secara umum, guna memenuhi kebutuhan mereka. Dalam menggunakan media, setiap orang mempunyai keyakinan dan nilai-nilai yang dianggap relevan dengan kebutuhannya.

Bentuk komunikasi politik lain yang dilakukan ihsan sobar melalui media adalah berbagi informasi baik berupa konten, gambar dan juga judul publikasi itu sendiri. Dengan itu, ihsan Sobari mengetahui dan berusaha menyampaikan tujuan dan program yang direncanakan, serta menyampaikan visi – misi yang tercapai. Dengan melakukan komunikasi politik tersebut di media sosial, berarti ihsan sobari secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk mengetahui tentang ihsan sobari dan juga mendapat kesempatan untuk memilih ihsan sobari.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik melalui media sosial instagram @ihsansobari_ Caleg Kabupaten Kaur yaitu:

Pengguna media memiliki peran aktif dalam proses memilih dan menggunakan media, bukan hanya sebagai penerima pasif. Dengan individu perlu untuk berhati-hati mencari sumber media terbaik guna memenuhi kebutuhan mereka, seperti mencari informasi, menikmati hiburan, atau berinteraksi dengan orang lain. Pendekatan teori kegunaan dan gratifikasi menekankan jika setiap orang memiliki preferensi dan tujuan yang berbeda dalam mengonsumsi media. Oleh karena itu, teori ini menganggap pengguna memiliki banyak pilihan untuk memilih cara mereka berinteraksi dengan media dalam memenuhi kebutuhannya.

Adapun fokus utama teori ini bukanlah bagaimana media secara langsung mengubah sikap dan perilaku masyarakat, tetapi bagaimana media menanggapi dan memenuhi

kebutuhan masyarakat. Teori ini menekankan jika audiens berpartisipasi aktif dalam konsumsi media untuk mencapai tujuan tertentu dan mencapai kepuasan yang sesuai dengan harapannya. Dengan cara ini, media dipandang sebagai alat yang membantu individu dalam memenuhi kebutuhan sosial dan pribadi.

Komunikasi politik Ihsan Sobar melalui media sosial Instagram yakni. Pembuatan strategi Ihsan Sobar dengan media yang saat ini mempunyai pengaruh yang Peran dan kontribusi yang sangat signifikan.

Dan pemanfaatan media merupakan kegiatan yang penting dan efektif saat ini seperti yang dilakukan ihsan sobari dengan menggunakan medianya untuk memposting tentang politik dan juga melakukan pengenalan diri dalam bentuk video atau poster dan juga brosur agar masyarakat yang melihatnya , bisa tahu tentang ihsan sobari .

Bentuk komunikasi politik lain yang dilakukan ihsan sobar melalui media adalah berbagi informasi baik berupa konten, gambar dan juga judul publikasi itu sendiri. Dengan itu, ihsan Sobari mengetahui dan berusaha menyampaikan tujuan dan program yang direncanakan, serta menyampaikan visi – misi yang tercapai. Dengan melakukan komunikasi politik tersebut di media sosial, berarti ihsan sobari secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk mengetahui tentang ihsan sobari dan juga mendapat kesempatan untuk memilih ihsan sobari.

BIBLIOGRAPHY

- Adiwiyanti, A. S. (2022). *Analisis Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Instagram Analisis Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Instagram Dalam Menyampaikan Pesan Kepada Masyarakat yang tidak dimiliki media konvensional*. April, 0–4.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>
- Amizela, O. :, Arfian, E., Rupa, P. S., Bahasa, F., Seni, D., & Yogyakarta, U. N. (2019). *Instagram Sebagai Media Untuk Menumbuhkan Respon Apresiatif Karya Seni Rupa Pada Generasi “Milenial Z” Instagram As a Media To Grow the Appreciative Response of the Fine Art Work in the “Millennial Z Generation.”* 2, 423–434.
- Andriana, N. (2022). Pandangan *Political parties* Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51–65. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/>
- Atherton, P. (2022). Instagram. *50 Ways to Use Technology Enhanced Learning in the Classroom: Practical Strategies for Teaching*, 105–109. <https://doi.org/10.4135/9781529793550.n21>
- Balai Pelestarian Nilai Budaya Sumatera Barat Jl Raya Belimbing nomor, U. (2017). Kearifan Lokal Masyarakat Di Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu the Local Wisdom of Society in Kaur District of Bengkulu Province. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 3(2), 797–823.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Handayani, S. S. (2018). Regulasi Emosi pada Pengguna Media Sosial. *Eprints.Ums.Ac.Id*, 53(9), 1689–1699. http://eprints.ums.ac.id/61449/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Mapossa, J. B. (2018). No Title. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Maulidina, H. (2019). No Title, 1–13.
- Muhammad, N., & Aminudin, A. (2016). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @Sartonohutomo). *Jurnal Komunikasi Universitas Budi Luhur*, 5(April 2016), 28–37.
- Muliati. (2016). No Title. *Revista CENIC. Ciencias Biológicas*, 152(3), 28. file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.gob.mx/content/revista%0Ahttp://www.revistaalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revf/acmed.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec
- No Title. (2023).
- Pureklolon, T. T. (2021). Komunikasi Politik: Kajian Substansial Dalam Pendekatan

Politik. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(02), 205.
<https://doi.org/10.22441/visikom.v19i02.11392>

Sari, S. W. (2021). Pengaruh Motif dan Penggunaan Channel Youtube Kuliner Terhadap Kepuasan dan Pengetahuan Memasak di Kalangan Komunitas Pemuda GBI Sunter. *Jurnal*, 8–22. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1840/>

No Title No Title No Title. 01, 1–23.

Theodoridis, T., & Kraemer, J. (n.d.). *No Title*.

Ulya, T. H. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Psikologi Remaja Di Ma Masalikhil Huda Tahunan Jepara. *Jurnal Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara (UNISNU)*, 15–54. <http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/187/>