

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

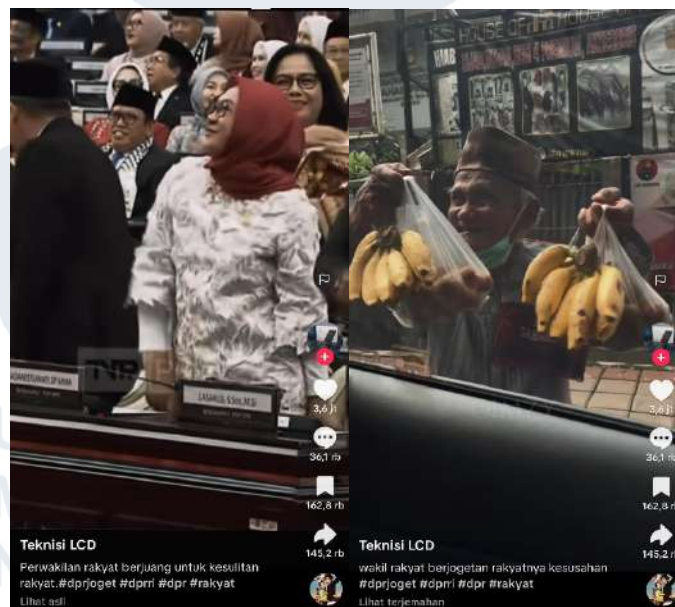
Dalam beberapa tahun terakhir, lembaga legislatif di Indonesia, khususnya DPR RI, menghadapi tantangan besar berupa krisis komunikasi dan penurunan kepercayaan publik. Berdasarkan survei yang dilakukan Fixpoll tahun 2021 terhadap kepuasan masyarakat atas kinerja DPR RI jika dilihat berdasarkan kinerja lembaga memiliki tingkat kepuasan terendah. Kepuasan kinerja DPR RI hanya 15,1 persen responden merasa puas dengan kinerja para anggota dewan. Sebanyak 39,8 persen tidak puas dengan kinerja wakil rakyat di Senayan. Survei dilakukan dengan multistage random sampling. Dengan jumlah sampel 1.240 orang. *Margin of Error* di bawah 2,89 persen pada tingkat kepercayaan 95,0 persen (Fixpoll, 2021).

Dilansir dari kontan.co.id (2019), Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia (Formappi) menilai, kinerja Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) periode 2014 - 2019 buruk. Peneliti Formappi Lucius Karus menerangkan, dari fungsi legislasi, RUU yang dihasilkan DPR pada periode 2014-2019 tak lebih banyak dibandingkan DPR periode sebelumnya. Adapun terlampir pada katadata.co.id, LSI (lembaga Survei Indonesia) menemukan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap DPR dan partai politik lebih rendah dibandingkan dengan lembaga lainnya. Berdasarkan survei LSI pada 1-8 Juli 2023, tingkat kepercayaan responden terhadap partai politik sebesar 51% dan kepercayaan terhadap DPR 54%. Dimana dari survei LSI ini ada sedikit peningkatan kepercayaan publik terhadap DPR RI sebanyak 1-3%.

Masyarakat banyak yang menganggap bahwa anggota DPR tidak bekerja secara maksimal dan kurang pro-rakyat. Persepsi negatif ini menyebabkan menurunnya citra DPR sebagai wakil rakyat yang seharusnya menjadi penghubung aspirasi masyarakat dalam pembuatan kebijakan. Berbagai isu seperti kurangnya

transparansi, komunikasi yang minim, serta ketidaksesuaian antara janji politik dengan tindakan nyata semakin memperburuk krisis ini.

Persepsi negatif publik ini diperparah dengan munculnya isu-isu mengenai kurangnya transparansi, komunikasi yang minim, serta ketidaksesuaian antara janji politik dengan tindakan nyata. Situasi memanas sejak 19 Agustus 2025, ketika sebuah video yang menampilkan sejumlah anggota DPR, termasuk anggota Komisi VI, berjoget-joget dalam rapat bersama Presiden tersebar luas di media sosial. Aksi tersebut dinarasikan publik sebagai bentuk perayaan atas kenaikan tunjangan rumah sebesar Rp50 juta, sehingga menuai kekecewaan dan kemarahan masyarakat. Kemarahan publik semakin memuncak pada 25 Agustus 2025, ketika demonstrasi besar terjadi di kompleks DPR/MPR RI. Pada hari yang sama, tagar #BubarkanDPR menjadi viral dan trending di berbagai platform media sosial. Tagar ini menjadi simbol protes masyarakat terhadap DPR RI secara umum, yang dianggap tidak bekerja untuk rakyat dan tidak mampu menjalankan fungsinya dengan baik.



Gambar 1.1 Awal Mula Video DPR Joget Viral

Sumber : Olahan Penulis

Krisis ini juga berdampak langsung pada Komisi VI DPR RI. Selain karena keterlibatan salah satu anggotanya dalam aksi joget yang viral, citra Komisi VI semakin tercoreng akibat pernyataan salah satu anggotanya dalam rapat kerja dengan PT KAI yang mengusulkan adanya gerbong khusus perokok. Usulan tersebut menuai kritik keras karena dianggap tidak mencerminkan kepentingan publik. Kombinasi kedua peristiwa ini membuat Komisi VI dipandang tidak peka terhadap aspirasi rakyat, sehingga memperlemah legitimasi dan apresiasi terhadap kinerjanya. Padahal, dilansir dari emedia.dpr.go.id, komisi VI memiliki tugas penting dalam mengawasi perdagangan, kawasan perdagangan, pengawasan persaingan usaha, serta badan usaha milik negara (BUMN).

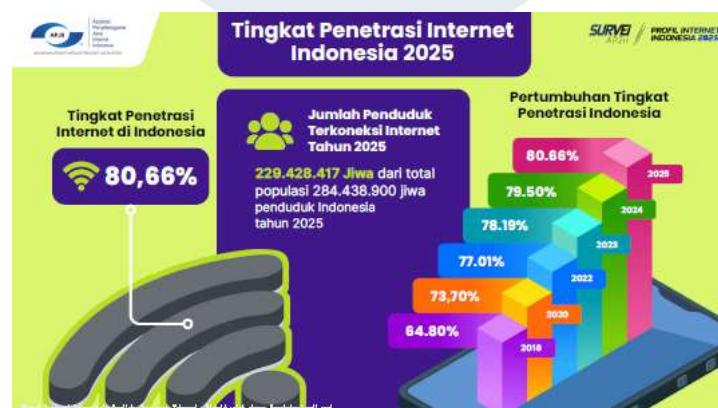


Gambar 1.2 Pernyataan Anggota Komisi VI Terhadap PT KAI

Sumber : Olahan Penulis

Komisi ini bertugas mengawasi pelaksanaan kebijakan sektor-sektor tersebut serta memastikan peran negara dan swasta berjalan efektif demi kemajuan ekonomi nasional. Namun, meskipun peran Komisi VI sangat penting, pemahaman masyarakat terhadap fungsi dan kinerja komisi ini masih terbatas. Akibatnya, kerja Komisi VI kurang mendapatkan perhatian dan apresiasi publik yang semestinya.

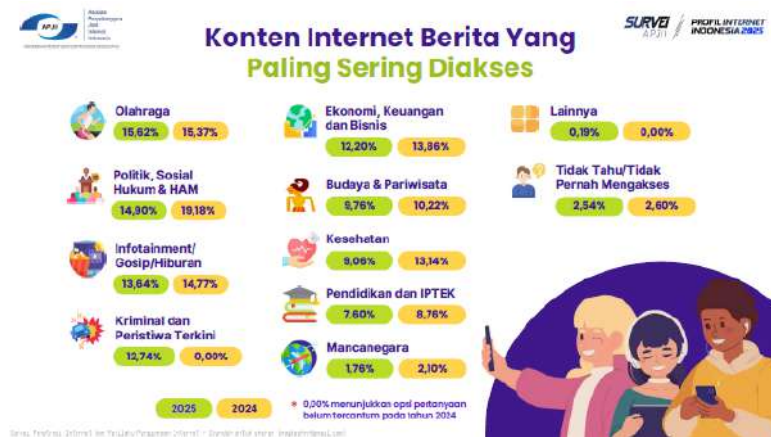
Dampak krisis reputasi di era digital lebih besar daripada di era sebelum digital (Akhyar dan Pratiwi, 2023). Krisis komunikasi #BubarkanDPR yang terjadi antara DPR RI dan masyarakat ini tidak hanya memperlemah kepercayaan publik, tetapi juga mempengaruhi efektivitas komunikasi publik lembaga legislatif secara keseluruhan. Rendahnya transparansi informasi dan minimnya saluran komunikasi interaktif menyebabkan kesenjangan persepsi yang melebar antara DPR RI Komisi VI dengan masyarakat. Masyarakat merasa kurang mendapat informasi yang jelas mengenai langkah-langkah dan keputusan strategis yang diambil oleh Komisi VI dalam menjalankan fungsi pengawasannya.



Gambar 1.1 Data Tahun 2025 Pengguna Internet
Sumber : APJII

Menurut APJII dalam survei pada tahun 2025, pertumbuhan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai angka 80,66% atau sebanyak 229.428.417 jiwa dari total populasi 284.438.900 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2025. Hal ini semakin memperkuat aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan mengakses layanan internet. Penggunaan media sosial

dalam kehidupan dapat memudahkan setiap individu untuk menerima dan menyebarkan informasi dengan cepat (Arianti, 2017).



Gambar 1.2 Data Konten Internet 2025
Sumber : APJII

Dalam data APJII 2025 terlampir bahwa konten internet berita yang paling sering diakses oleh pengguna salah satunya yaitu konten politik, sosial, hukum, dan HAM (Hak Aksasi Manusia). Dengan adanya data jenis konten yang sering diakses oleh pengguna internet ini dapat menjadi peluang untuk membangun komunikasi publik yang lebih transparan dan interaktif semakin terbuka melalui media sosial.



Gambar 1.3 Data Bentuk Konten Diakses 2025
Sumber : APJII

Adapun bentuk konten yang diminati oleh pengguna internet pada tahun 2025 yaitu video pendek online. *Digital campaign* yang fokusnya di media sosial bisa menjadi salah satu strategi komunikasi yang potensial untuk menjembatani kesenjangan ini, memperkuat citra positif DPR RI Komisi VI, dan meningkatkan keterlibatan publik dalam memahami kinerja komisi tersebut. Media sosial juga diartikan sebagai rangkaian alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk masyarakat umum (Brogan, 2010).

Dengan perancangan kampanye digital yang efektif dan berbasis transparansi, diharapkan dapat mengubah persepsi negatif masyarakat menjadi lebih positif dan meningkatkan kepercayaan terhadap DPR RI Komisi VI khususnya dalam era digital seperti sekarang ini. Penelitian ini berfokus pada upaya merancang strategi kampanye digital sebagai solusi komunikasi dalam mengatasi krisis citra dan membangun hubungan yang lebih baik antara DPR RI Komisi VI dan publik.

1.2 Tujuan Karya

Karya ini bertujuan merancang strategi kampanye digital yang efektif untuk meningkatkan pemahaman publik terhadap kinerja DPR RI Komisi VI, khususnya di tengah krisis #BubarkanDPR dan citra negatif yang muncul akibat viralnya kasus joget anggota DPR serta pernyataan kontroversial, mulai dari usulan gerbong khusus perokok hingga pernyataan lain yang memicu amarah dan kekecewaan masyarakat terhadap DPR RI. Melalui kampanye digital yang terstruktur dan berbasis transparansi informasi, karya ini berupaya memperkuat citra positif Komisi VI sekaligus membangun kembali kepercayaan publik. Selain itu, kampanye ini diharapkan mampu memperluas jangkauan komunikasi, memperbaiki hubungan interaktif antara Komisi VI dan masyarakat, serta mengurangi kesenjangan persepsi yang selama ini terjadi. Dengan demikian, karya ini menekankan pentingnya keterbukaan, akuntabilitas, dan partisipasi publik sebagai fondasi utama dalam membangun komunikasi yang sehat antara legislatif dan rakyat.

1.3 Kegunaan Karya

1.3.1 Kegunaan Akademis

Karya yang dibuat oleh penulis ini dapat berfungsi sebagai sumber literatur yang mendalam dalam bidang komunikasi publik dan pengelolaan kampanye digital. Dengan fokus pada penerapan metode SOSTAC, karya ini memberikan wawasan tentang bagaimana strategi digital dapat digunakan untuk mengatasi krisis komunikasi yang terjadi disuatu instansi. Selain itu, karya ini diharapkan dapat menjadi rujukan penting bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji dinamika komunikasi politik dan reputasi lembaga dalam era transformasi digital.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari karya yang dibuat oleh penulis ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kinerja DPR RI Komisi VI, terutama di tengah krisis komunikasi #BubarkanDPR dan persepsi negatif publik. Melalui perencanaan kampanye digital yang terstruktur, karya ini dapat membantu tim komunikasi Komisi VI dalam memperkuat citra positif lembaga dan memperluas jangkauan informasi yang transparan dan akurat mengenai tugas serta kontribusi Komisi VI dalam bidang perdagangan, industri, investasi, koperasi, UKM, dan BUMN.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Karya kampanye digital ini bertujuan untuk memperkuat citra DPR RI Komisi VI sebagai lembaga yang peduli dan proaktif terhadap kepentingan masyarakat, khususnya di tengah krisis komunikasi dan citra negatif yang muncul akibat berbagai pernyataan kontroversial dan kasus viral yang memicu kekecewaan publik. Melalui kampanye ini, masyarakat terutama generasi muda pengguna media sosial diharapkan dapat memahami bahwa DPR RI Komisi VI berupaya bekerja secara transparan dan bertanggung jawab demi kesejahteraan publik, sekaligus mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam mengawasi kinerja legislatif.