

# TESIS

**STRATEGI PENGGUNAAN *INSTAGRAM* @pemkab\_benteng OLEH  
DINAS KOMINFOTIK KABUPATEN BENGKULU TENGAH**



**Disusun Oleh :**

**Mardhan Kurniawan Putra  
D2E021014**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BENGKULU  
2024**

## **STRATEGI PENGGUNAAN *INSTAGRAM***

@PEMKAB\_BENTENG OLEH DINAS KOMINFOTIK

# KABUPATEN BENGKULU TENGAH

# RSITAS BENGKULU UNIVERSITAS BENGKULU UNIVERSITAS BENGKULU

ESTESES

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Ilm**

EDSITAS BENGKULU UNIVERSITAS BENGKULU UN  
**Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu

MARDHAN KURNIAWAN PUTRA

NPM: D2E021914

### • **Disetujui Oleh:**

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Dhanurseta Hadiprasada, M.Si

UNIVERSITAS BENGKULU UNIVERSITAS BES

NIP 19841223 301012 1 004

Dr. Mas Agus Firmansyah, M.Si

STRATEGI PENGGUNAAN INSTAGRAM @PEMKAB\_BENTENG OLEH

DINAS KOMINFOTIK KABUPATEN BENGKULU TENGAH

Oleh : MARDHAN KURNIAWAN PUTRA NIP. D2E02102

Tesis ini Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Pengudi  
pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu

Pada Hari/Tanggal : Senin/ 18 Maret 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Pasca Sarjana

Tim Pengudi

Ketua : Dr. Dhanurseto Hadiprashada, M.Si  
NIP. 19841223 201012 1 004

Anggota : Dr. Mas Agus Firmansyah, M.Si  
NIP. 19800524 200312 1 005

Anggota : Dr. Neneng Cucu Marlina, M.Si  
NIP. 19800323 202012 2 001

Anggota : Dr. Alfarabi, M.A  
NIP. 19790919 200604 1 027

Disahkan Oleh :

Dekan FISIP UNIB  
Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Yunilisiah, M.Si

NIP. 19640626 199001 2 001

Dr. Dhanurseto Hadiprashada, M.Si

NIP. 19841223 201012 1 004

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mardhan Kurniawan Putra  
NPM : D2E021014  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu  
Judul Penelitian : Strategi Penggunaan *Instagram* @pemkab\_benteng  
oleh Diskominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya dalam tesis ini tidak terdapat tulisan yang saya ambil dengan meniru atau menyalin gagasan dari orang lain dalam bentuk rangkaian atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri. Tesis ini murni berasal dari gagasan, rumusan dan hasil penelitian yang saya lakukan sendiri dengan dibantu oleh Tim Pembimbing.

Apabila saya melakukan plagiat, maka dengan ini saya menyatakan siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik serta sanksi lainnya yang berlaku di Universitas Bengkulu. Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Bengkulu, 30 April 2024

Yang Membuat Pernyataan



Mardhan Kurniawan Putra  
D2E021014



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS BENGKULU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI MAGISTER (S2) ILMU KOMUNIKASI  
Jl. WR. Supratman Kandang Limun, Bengkulu 38371.A  
Telepon : (0736) 21170, 21884 Faksimile : (0736) 22105  
Laman : <https://social.unib.ac.id/me/> e-mail : mkomfisip@unib.ac.id

#### LEMBAR HASIL TEST SIMILARITY

##### Identitas Dokumen

Nama Dokumen : Tesis  
Format Dokumen : Word  
Nama Mahasiswa : **Mardhan Kurniawan Putra**  
NPM : **D2E021014**  
Judul : **Strategi Penggunaan Instagram@pemkab.benteng Oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah.**

##### Hasil Tes Similarity

Software : Turnitin  
Jenis Tes : *Online Plagiarism*  
Hari/Tanggal Tes : Senin, 6 Mei 2024  
Presentase Plagiarism : 25 (Dua Puluh Lima) %

\*Ringkasan hasil tes terlampir



Match Overview

25%

## 1.1 Latar Belakang

Dunia komunikasi telah ~~ini~~ dikenal secara luas. Semakin maju dalam mengakses internet, semakin digunakan untuk berkomunikasi dimanfaatkan sebaik mungkin. Dari melahirkan istilah yang disebut sebuah kemampuan dari perangkat antar individu maupun dengan kisi aspek komunikasi menawarkan menyampaikan informasi baik antar

Salah satu yang menandakan <sup>65</sup> munculnya media sosial. Saat ini, sosial sebagai sumber informasi Penyelenggara Jasa Internet <sup>32</sup> India bahwa pengguna aktif <sup>82</sup> internet di sebesar 54.68% dari total 262 juta atau sekitar 7.9% dari 2016 (132). dengan perkembangan kemajuan <sup>82</sup> pemerintah memiliki media sosial media sosial *instagram*. *Instagram* sosial populer bagi pengguna internet secara instan. Tidak hanya foto, video pendek disertai musik atau lainnya adalah fitur *live videos*.

Dalam mendukung berjalan Republik Indonesia mengeluarkan tentang Pengelolaan Komunikasi Republik Indonesia menginstruksikan

1	123dok.com Internet Source	2%	>
2	www.scribd.com Internet Source	1%	>
3	etheses.uinmataram.a... Internet Source	1%	>
4	digilib.uns.ac.id Internet Source	1%	>
5	repository.upm.ac.id Internet Source	1%	>
6	core.ac.uk Internet Source	1%	>
7	repository.uln-alauddin.a... Internet Source	1%	>
8	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%	>
9	eprints.ipdn.ac.id Internet Source	1%	>
10	repository.uin-suska.ac... Internet Source	1%	>
11	adoc.pub Internet Source	1%	>
12	text-id.123dok.com Internet Source	1%	>
13	eprints.untirta.ac.id Internet Source	1%	>
14	digilib.ulinkhas.ac.id Internet Source	<1%	>
15	docplayer.info Internet Source	<1%	>

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“*inna ma'al usri yusra*” sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.

### **PERSEMBAHAN**

- Untuk Istri yang juga satu Angkatan dalam menempuh Magister Ilmu Komunikasi ini, Terimakasih atas Dukungan dan Bantuanya, semoga apa yang kita lakukan selalu mendapatkan Ridho dan Keberkahan dari Allah, SWT.
- Untuk Anak, Ayuk Qisthi dan adek Faza, terima kasih telah hadir dalam kehidupan Abi dan Umi, semoga kalian menjadi asbab kebaikan untuk di dunia dan diakhirat.
- Untuk Kedua Orang Tua, Bapak Insar Putra, S.Sos (Rahimahullah) karena takdir Allah, Bapak tidak dapat menyaksikan sampai ditahap ini dan Ibu Lela Kusniati, mohon maaf untuk terlalu lama menunggu sampai di titik ini menyelesaikan Studi Magister Ilmu Komunikasi, Insya Allah apa yang dijalani ini menjadi asbab kebaikan untuk Bapak Insar Putra, S.Sos (Rahimahullah) dan Ibu Lela Kusniati.
- Untuk Bapak dan Ibu Mertua, Bapak Hasril dan Ibu Yutralitasi terimakasih atas dukungannya selama ini.
- Untuk Keluarga Besar, Dang Tama sekeluarga, Untuk Dang Dek sekeluarga, Serta Ayuk Lesti Sekeluarga.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Mardhan Kurniawan Putra  
Tempat Tanggal Lahir : Bengkulu, 24 Maret 1991  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Hibrida II No. 08 RT. 06 RW. 07, Kel. Sidomulyo, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu  
Alamat Surel : [mardhankputra24@gmail.com](mailto:mardhankputra24@gmail.com)  
Nama Istri : Siska Oktalia  
Nama Ayah : Insar Putra  
Nama Ibu : Lela Kusniati  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil

### Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 60 Kota Bengkulu
2. SMP Negeri 14 Kota Bengkulu
3. SMA Negeri 4 Kota Bengkulu
4. S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu. Dalam penulisan tesis yang berjudul **Strategi Penggunaan Instagram @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah** ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dhanurseto Hadiprashada, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Utama dalam penulisan tesis ini. Terima kasih atas ilmu, saran dan masukan yang senantiasa Bapak bagikan selama ini. *Support* yang Bapak berikan sangat berarti bagi penulis.
2. Ibu Dr. Mas Agus Firmansyah, M.Si selaku Pembimbing Pendamping dalam penulisan tesis ini. Tanpa bantuan dan masukan dari Bapak, tentu penulisan tesis ini akan semakin jauh dari sempurna. Terima kasih atas ilmu dan saran yang Bapak berikan sehingga sangat bermanfaat dalam perkembangan pemikiran penulis.
3. Ibu Dr. Neneng Cucu Marlina, M.Si dan Bapak Dr. Alfarabi, M.A, selaku Dosen Penguji. Terima kasih atas setiap masukan, saran dan ilmu yang sangat bermanfaat yang telah Ibu dan Bapak bagikan dalam perbaikan penulisan tesis ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membagikan pengalaman-pengalaman berharga kepada kami.
5. Mbak Setyowati, selaku Staf Administrasi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas setiap bantuan dan pelayanan prima yang selalu diberikan kepada kami.
6. Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik serta Bapak Ibu informan kunci dan informan

pendukung dalam penelitian ini, terima kasih untuk kesempatan yang telah diberikan dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis.

7. Kepala BKPSDM Kabupaten Bengkulu Tengah beserta rekan-rekan sekalian, terima kasih karena senantiasa memberikan *support* kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
8. Kawan-kawan pada Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu khususnya Angkatan XII, terima kasih untuk *support* dan pengalaman yang kalian bagikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis telah berusaha menggunakan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dengan sebaik mungkin. Oleh karena itu, penulis mengharapkan partisipasi dari pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun bagi perkembangan keilmuan penulis.

Akhir kata, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Bengkulu, April 2024

Mardhan Kurniawan Putra  
D2E021014

## ABSTRAK

### Strategi Penggunaan Instagram @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah

**Mardhan Kurniawan Putra**  
**D2E021014**

Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Bengkulu  
Jl. W.R Supratman, Kec. Muara Bangkahulu , Kota Bengkulu  
Email: [mardhankputra24@gmail.com](mailto:mardhankputra24@gmail.com)

*Instagram* menjadi salah satu media dalam menjalankan fungsi kehumasan di pemerintahan. Dalam menjalankan program *Media Centre*, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah membuat akun *instagram* dengan nama @pemkab\_benteng. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan dalam penelitian ini berjumlah enam orang. Konsep yang digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian adalah strategi komunikasi dari Anwar Arifin dan dikaji kembali dengan teori media sosial *The Circular Model of SOME*. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam penyajian konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng dilakukan dengan mengenali *viewers*, menentukan tujuan konten, menyusun narasi dan memilih media pada fitur *instagram*. Pada tahapan *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* berdasarkan *The Circular Model of SOME*, pengelolaan akun *instagram* @pemkab\_benteng masih belum optimal. Citra positif yang terbentuk melalui unggahan *instagram* yaitu Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah aktif dalam melaksanakan kegiatan yang membangun, memiliki sinergi yang baik dengan pemangku kebijakan lainnya, memiliki hubungan yang baik dengan Pemerintah Daerah lainnya, informatif serta edukatif kepada masyarakat. Namun, citra yang ditunjukkan oleh akun *instagram* @pemkab\_benteng ini masih sangat umum dan belum mewakili karakter, visi misi dan tujuan utama dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

**Kata Kunci : Pemerintah Kabupaten, Instagram, Strategi Komunikasi, Circular Model of SOME**

## ***ABSTRACT***

***Strategy for Using Instagram @pemkab\_benteng by the Communication and Information Service of Central Bengkulu Regency***

**Mardhan Kurniawan Putra**  
**D2E021014**

*Postgraduate Communication Science Program  
Faculty of Social Science and Political Science University of Bengkulu  
W.R Supratman St, Muara Bangkahulu, Bengkulu  
Email: [mardhankputra24@gmail.com](mailto:mardhankputra24@gmail.com)*

*Instagram is one of the media in carrying out public relations functions in government. In carrying out the Media Center program, the Central Bengkulu Communication and Information Department created an Instagram account with the name @pemkab\_benteng. The aim of this research is to determine the strategy for using Instagram @pemkab\_benteng by the Central Bengkulu Regency Communication and Information Service. This research uses a qualitative descriptive method with a case study approach. There were six informants in this study. The concept used to explain the research results is Anwar Arifin's communication strategy and is reviewed using the social media theory The Circular Model of SOME. The results of this research show that presenting content on the @pemkab\_benteng Instagram account is done by recognizing viewers, determining the purpose of the content, compiling a narrative and selecting media on the Instagram feature. At the share, optimize, manage and engage stages based on The Circular Model of SOME, management of the @pemkab\_benteng Instagram account is still not optimal. The positive image formed through Instagram uploads is that the Regional Government of Central Bengkulu Regency is active in carrying out constructive activities, has good synergy with other policy stakeholders, has good relationships with other Regional Governments, is informative and educative to the community. However, the image shown by the Instagram account @pemkab\_benteng is still very general and does not represent the character, vision, mission and main objectives of the Central Bengkulu Regency Government.*

***Keywords: Regency Government, Instagram, Circular Model of SOME, Communication Strategy***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.1.1 Penelitian oleh Prihandari Satvikadewi dan Hamim, Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 (2018).....	10
2.1.2 Penelitian oleh Moh Ali Ma'ruf, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2017) .....	11
2.1.3 Penelitian oleh Wildan Mochamad Sepdiansyah, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (2022).....	12
2.1.4 Penelitian oleh Handini Prabawati dan Wasono Adi, Universitas Negeri Jakarta (2019) .....	13
2.1.5 Penelitian oleh Kharisma Riana Putri dan Andre N. Rahmanto, Universitas Sebelas Maret Surakarta (2021) .....	14

2.2 Media Sosial .....	18
2.2 <i>Instagram</i> .....	20
2.2.1 Kelebihan Instagram .....	21
2.4.2 Fitur dalam Instagram .....	22
2.3 Strategi Komunikasi.....	25
2.4 Penggunaan Media Sosial pada Instansi Pemerintah .....	27
2.5 Model Komunikasi <i>The Circular Model of SOME</i> .....	29
2.6 Kerangka Pemikiran .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	34
3.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	34
3.4 Instrumen Penelitian	
3.4.1 Sumber Data .....	35
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.3 Informan Penelitian .....	36
3.4 Teknik Analisis Data .....	37
3.5 Uji Validitas Data.....	38

### **BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik	
Kabupaten Bengkulu Tengah .....	39
4.2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatikan dan Statistik	
Kabupaten Bengkulu Tengah .....	39
4.3 Tugas Pokok dan Fungsi .....	40
4.4 Bagan Struktur Organisasi .....	45

### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Penelitian .....	46
5.1.1 Karakteristik Informan .....	46
5.1.2 Strategi Penggunaan <i>Instagram</i> oleh Dinas Kominfotik	
Kabupaten Bengkulu Tengah .....	48

5.1.3 Gambaran Umum Unggahan pada akun <i>Instagram</i> @pemkab_benteng .....	57
5.1.4 <i>Followers</i> Akun Instagram @pemkab_benteng .....	70
5.2 Pembahasan .....	72
5.2.1 Strategi Penggunaan <i>Instagram</i> pada Konten di Akun <i>Instagram</i> @pemkab_benteng .....	72
5.2.2 Penggunaan <i>Instagram</i> @pemkab_benteng dalam Perspektif <i>The Circular Model of SOME</i> .....	77
5.2.3 Representasi Kabupaten Bengkulu Tengah pada Akun <i>Instagram</i> @pemkab_benteng .....	80

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan .....	85
6.1 Saran .....	86

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Beranda akun <i>instagram</i> Pemerintah Kabupaten Bengkulu Selatan @mediacenter.bs .....	3
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Beranda akun <i>instagram</i> Pemerintah Kabupaten Bengkulu Utara @mediacenter.bu.....	3
Gambar 1.3 Tangkapan Layar Beranda akun <i>instagram</i> Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah @pemkab_benteng.....	4
Gambar 1.4 Tangkapan Layar Beranda akun <i>instagram</i> Pemerintah Kota Bengkulu @mediacenter_kotabengkulu .....	4
Gambar 1.5 Tangkapan Layar Beranda akun <i>instagram</i> @pemkab_benteng.....	5
Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 5.1 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Pembukaan Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Kompetensi Bengkulu Tengah Tahun 2024).....	58
Gambar 5.2 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Penyerahan Bantuan dan Rehabilitasi Masjid Al-Ikhlas Desa Padang Betuah).....	59
Gambar 5.3 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Laksanakan Gerakan Jumat Bersih, Pj. Bupati Ajak Jaga Kebersihan) .....	59
Gambar 5.4 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Kunjungan Kerja Kakanwil Kemenkumham Provinsi Bengkulu ke Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah).....	61
Gambar 5.5 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Rakor Lintas Sektoral Wujudkan Pemilu Damai di Bengkulu Tengah) .....	62
Gambar 5.6. Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Peninjauan Instalasi Pengelolaan SPAM Benteng Kobema bersama PDAM, Kementerian PUPR) .....	62
Gambar 5.7 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Pamflet Informasi Event Festival Durian di Bengkulu Tengah) .....	64

Gambar 5.8 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Berita Launching Gerai BAZNAS di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Bengkulu Tengah) .....	65
Gambar 5.9 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Sertifikat Kenaikan Akreditasi Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah) .....	65
Gambar 5.10 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Ucapan Dirgahayu Kabupaten Kepahiang dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah) .....	67
Gambar 5.11 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Ucapan Selamat atas Pelantikan Pj. Walikota Bengkulu dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah) .....	67
Gambar 5.12 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Ucapan Selamat Hari Olahraga Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah).....	68
Gambar 5.13 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng 75 (Ucapan Selamat Hari Batik Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah).....	69
Gambar 5.14 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab_benteng (Ucapan Selamat Hari Santri Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah).....	69
Gambar 5.15 Persentase Engagement Rate @pemkab_benteng.....	80
Gambar 5.16 Bagan Hasil Penelitian .....	84

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1: Matriks Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 5.1: Jumlah Followers pada Akun Instagram Pemerintah Kota/Kabupaten di Provinsi Bengkulu .....	71

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dunia komunikasi telah memasuki era baru sejak sistem digital mulai dikenal secara luas. Semakin maju teknologi, maka mudah dan cepat pula kita dalam mengakses internet, semakin banyak *platform* media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi sehingga menjadi hal yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Dari semua perkembangan yang terjadi hal ini melahirkan istilah yang disebut *new wave technology*, di mana terdapat sebuah kemampuan dari perangkat teknologi yang mampu menghubungkan antar individu maupun dengan kelompok lainnya. Digitalisasi terutama dalam aspek komunikasi menawarkan kemudahan dalam berinteraksi dan menyampaikan informasi baik antar individu maupun kepada publik.

Salah satu yang menandakan pesatnya perkembangan internet adalah munculnya media sosial. Saat ini, pengguna internet bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 membuktikan bahwa pengguna aktif internet di Indonesia mencapai 143.26 juta jiwa atau sebesar 54.68% dari total 262 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 10.5 juta jiwa atau sekitar 7.9% dari 2016 (132.7 juta jiwa). Saat ini dalam menyesuaikan dengan perkembangan kemajuan teknologi, hampir setiap lembaga pemerintah memiliki media sosial yang dikelola termasuk salah satunya media sosial *instagram*. *Instagram* merupakan satu dari sekian banyak media sosial populer bagi pengguna internet dengan fitur utama pengunggah foto secara instan. Tidak hanya foto, saat ini *instagram* juga dapat mengunggah video pendek disertai musik atau tanpa musik. Selain itu, fitur *instagram* lainnya adalah fitur *live videos*.

Dalam mendukung berjalannya keberhasilan Kabinet Kerja, Presiden Republik Indonesia mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Dalam Instruksi ini, Presiden Republik Indonesia menginstruksikan salah satunya kepada Bupati/Walikota

untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tupoksi dan kewenangan masing-masing dalam rangka mendukung pelaksanaan keterbukaan informasi publik yaitu dengan:

1. menyampaikan data dan informasi mengenai pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkesinambungan;
2. menyebarluaskan narasi tunggal dan data pendukung lain terkait dengan kebijakan dan program pemerintah kepada publik yang disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika;
3. menyampaikan kepada publik secara cepat dan tepat setiap program pemerintah dan kebijakan baik lintas sektoral maupun lintas daerah;
4. menyampaikan informasi terkait dengan kebijakan dan program pemerintah kepada masyarakat secara cepat, tepat, berkualitas baik, objektif, memiliki wawasan nasional dan mudah dimengerti melalui berbagai saluran komunikasi. (Inpres No. 9 Tahun 2015)

Sebagai salah satu langkah untuk menjalankan Instruksi Presiden tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia melalui Pemerintah Daerah turut bergerak cepat, salah satunya dengan membuat program *Media Centre* bagi setiap Pemerintah Kabupaten/Kota. Dilansir dari kominfo.go.id, fungsi pelayanan komunikasi dan informasi publik *Media Centre* adalah sebagai sarana peningkatan aksesibilitas masyarakat terhadap komunikasi dan informasi publik. Sehingga Pemerintah mengusahakan ketersediaan komunikasi dan informasi publik bagi masyarakat yang berada di daerah terluar/terdepan, terpencil, perintis, tertinggal dan pascakonflik serta pascabencana.

Pengelolaan *Media Centre* dijalankan oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik masing-masing Kabupaten/Kota yang bertugas di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dan memiliki wewenang salah satunya untuk menjalankan kebijakan terkait pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Untuk menjalankan program tersebut, Pemerintah Kabupaten/Kota membuat situs atau akun media sosial sebagai media untuk menyebarluaskan informasi dan melakukan interaksi

dengan publik, salah satunya melalui media sosial *instagram*. *Instagram* dianggap efektif dan efisien pengelolaan komunikasi publik karena menawarkan banyak fitur dan kemudahan serta memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi.

Berdasarkan pengamatan peneliti, di Provinsi Bengkulu setiap Pemerintah Kabupaten/Kota memiliki akun resmi *instagram* sebagai media informasi dan komunikasi pada masyarakat. Berikut ini beberapa tangkapan layar akun media sosial milik Pemerintah Kabupaten/Kota yang peneliti amati dari aplikasi *instragram*:



Gambar 1.1 Tangkapan Layar Beranda Akun *Instagram* Pemerintah Kabupaten Bengkulu Selatan @mediacenter.bs



Gambar 1.2 Tangkapan Layar Beranda Akun *Instagram* Pemerintah Kabupaten Bengkulu Utara @mediacenter.bu



Gambar 1.3 Tangkapan Layar Beranda Akun *Instagram* Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah @pemkab\_benteng



Gambar 1.4 Tangkapan Layar Beranda Akun *Instagram* Pemerintah Kota Bengkulu @mediacenter\_kotabengkulu

Sebagai bagian dari salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Bengkulu tentu saja Kabupaten Bengkulu Tengah tidak ingin ketinggalan dalam menggunakan media sosial, yang selain menjadi sebuah media untuk membangun hubungan antara masyarakat dan pemerintah di ruang *virtual* namun juga sebagai sarana untuk menjalankan program *Media Centre* yang dibuat Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kebutuhan untuk sebuah informasi masyarakat terkait dengan kinerja yang akan serta telah dijalankan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dan jangkauan pengguna yang cukup luas mendorong Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik

Kabupaten Bengkulu Tengah membuat akun *instagram* resmi milik Pemerintah Daerah.

Secara mendasar *instagram* memiliki fitur *share post* ke sosial media lain yang terhubung satu sama lain sehingga pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah lebih sering mengunggah postingannya melalui *instagram* yang kemudian diberi nama @pemkab\_benteng daripada harus membuat postingan *direct* pada media sosial *platform* lain seperti Facebook, hal ini dianggap lebih mudah dan cepat, karena *output* dari postingan akan sama persis. Akun *instagram* @pemkab\_benteng memposting segala sesuatu tentang kegiatan baik itu kegiatan kedinasan setiap kantor pemerintahan, informasi umum, wisata, kebudayaan dan event skala kecil maupun besar yang ada di ruang lingkup Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Akun @pemkab\_benteng sejak dibuat pada April tahun 2019 hingga per 15 Januari 2024 telah memiliki sebanyak 1.790 *follower* yang meningkat setiap harinya.



Gambar 1.5 Tangkapan Layar Beranda Akun *Instagram* @pemkab\_benteng

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, *followers* akun *instagram* @pemkab\_benteng tidak hanya berasal dari Kabupaten Bengkulu

Tengah saja, namun juga *followers* yang berasal dari luar Kabupaten Bengkulu Tengah. Beragam konten yang dibagikan oleh akun *instagram* @pemkab\_benteng mulai dari foto, *reels*, video panjang atau pun *insta story* yang diperbarui hampir setiap hari.

*Instagram* @pemkab\_benteng sebagai akun resmi pemerintahan Kabupaten Bengkulu Tengah dikelola oleh Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik. Pengelolaan akun tersebut dinilai sebagai salah satu bentuk tanggung jawab pemerintah kepada masyarakat dalam membangun hubungan yang baik menyajikan keterbukaan informasi dan layanan publik terutama di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Dalam menggunakan media sosial *instagram* juga menjadi sarana pendorong citra positif terhadap kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dihadapan warganya guna menjaga kepercayaan publik atas setiap pekerjaan yang dijalankan.

Dalam buku yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pada tahun 2018, pemanfaatan media sosial dalam pemerintahan dapat menjadi salah satu jalan keluar permasalahan yang terjadi di masyarakat. Berikut ini beberapa manfaat media sosial bagi pemerintah menurut Widiastuti, dkk (2018) yaitu:

#### 1. Mendorong Efisiensi Pemerintahan

Efisiensi kerja dan penghematan biaya merupakan peluang besar dalam penggunaan media sosial di ruang lingkup pemerintahan. Selain itu, pengelolaan media sosial yang tepat juga dapat menjangkau publik yang lebih luas. *Artificial Inteligent* (AI) atau kecerdasan buatan yang disertai beragam perangkat tambahan dalam proses analisa data memiliki dampak yang besar pada efisiensi waktu dan sumber daya dalam kinerja pemerintahan.

#### 2. Memulihkan Kepercayaan Masyarakat yang Turun

Modernisasi telah melahirkan masyarakat yang kritis akan informasi. Penggunaan media sosial yang masif di tengah gempuran keterbukaan

informasi saat ini, mendorong masyarakat menjadi lebih mudah percaya pada informasi yang berasal dari media sosial yang tidak jarang berisi berita bohong/*hoax*. Penggunaan media sosial berpeluang menjadi solusi karena jangkauannya kepada khalayak lebih personal dan komunikatif.

### 3. Menghadapi Perkembangan Zaman

Transformasi digital menimbulkan banyak perubahan yang memaksa lembaga pemerintah untuk menghadapi beragam tantangan baru, misalnya pemotongan anggaran, penyesuaian kompetensi aparatur dan rumitnya birokrasi yang dapat menghambat kemajuan. Perencanaan dan tindakan antisipatif perlu dilakukan sejak awal agar dikemudian hari pemerintah tidak gagap dan lebih siap ketika menghadapi masalah yang mungkin muncul.

### 4. Sarana Komunikasi di Saat Krisis dan Bencana Alam

Saat ini masyarakat cenderung mencari informasi di media sosial ketika terjadi bencana atau krisis. Tidak hanya informasi, masyarakat juga bergantung pada media sosial dalam mencari bantuan kepada pihak terkait karena informasi melalui media sosial lebih mudah tersebar (viral). Melihat kecenderungan ini, sudah seharusnya pemerintah memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai salah satu prioritas dalam penyusunan strategi komunikasi ketika menghadapi kondisi krisis.

Pada wilayah yang telah terjangkau infrastruktur komunikasi dan informatika, hadirnya media sosial semakin menambah sarana dalam penyebaran informasi, dinamika percakapan dan diskusi serta opini publik, bahkan ikut pula mengubah perilaku dan gaya hidup masyarakat. Penggunaan dan pengelolaan media sosial telah menjadi bagian dalam upaya mempromosikan dan menyebarluaskan program maupun kebijakan pemerintah. Selain itu, pemanfaatan media sosial memudahkan interaksi dan penyerapan aspirasi masyarakat agar kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat dapat tercapai. Dalam menjalankan fungsi di bidang komunikasi kehumasan, saat ini lembaga pemerintahan telah menggunakan beragam media sosial untuk berinteraksi dengan publik. Media sosial telah

membuktikan kemampuannya dalam menjaring masukan dari publik dengan beragam latar belakang dan melibatkan khalayak secara aktif sehingga menciptakan kearifan massal (*wisdom of the crowd*). (PERMENPAN-RB Nomor 83 Tahun 2012)

Merujuk pada manfaat media sosial yang telah diuraikan di atas, peneliti melihat penggunaan media sosial bagi Pemerintah Daerah khususnya di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah jika dijalankan secara optimal, maka akan memberikan keuntungan bagi Pemerintah Daerah.

Berdasarkan dari apa yang diuraikan serta melihat beragamnya informasi yang dibagikan oleh pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah melalui Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah di laman *instagram* @pemkab\_benteng dan potensinya bagi kemajuan Kabupaten Bengkulu Tengah, maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul **STRATEGI PENGGUNAAN INSTAGRAM @pemkab\_benteng OLEH DINAS KOMINFOTIK KABUPATEN BENGKULU TENGAH.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Secara teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan peneliti di bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait *instagram*

sebagai *new media* dan memperkaya pengetahuan mengenai penggunaan *instagram* instansi pemerintah bagi para pembacanya.

2. Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, khususnya pada studi yang berkaitan dengan *new media* terutama akun *instagram* instansi pemerintahan.

b. Secara praktis

1. Data yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah dalam menjalankan fungsi kehumasan melalui media sosial khususnya *instagram*.
2. Sebagai bahan rujukan untuk pengembangan ilmu komunikasi dan teori komunikasi media serta bahan informasi bagi pengembangan peneliti selanjutnya terutama bagi peneliti yang mengkaji mengenai studi penggunaan media sosial pada instansi pemerintah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu peneliti gunakan sebagai panduan dalam penyusunan penelitian serta membantu membandingkan dan menggambarkan hasil penelitian dengan penelitian yang telah dilakukan dengan tema yang serupa. Beberapa penelitian terdahulu yang membantu peneliti dalam penulisan penelitian ini adalah:

##### **2.1.1 Penelitian oleh Prihandari Satvikadewi dan Hamim, Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 (2018)**

Penelitian ini berjudul "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi untuk Mempromosikan Potensi Lokal Wisata Pulau Bawean". Penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial khususnya *instagram* dan *facebook* sebagai strategi komunikasi dalam mempromosikan potensi wisata lokal Pulau Bawean. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dengan menggunakan piranti lunak *RStudio* dalam mengolah data. Hasil penelitian ini adalah ditemukan sebuah ke-khas-an antara media sosial *facebook* dan *instagram* dalam promosi potensi lokal wisata Pulau Bawean. Dalam pemanfaatannya, *facebook* cenderung bersifat umum dan tidak tersegmentasi sedangkan *instagram* cenderung lebih spesifik pada perspektif visual. *Soft selling* lebih mengacu pada konten yang dibuat dengan persepektif personal, sedangkan *hard selling* mengacu pada konten dengan perspektif informasi. Ditambah lagi konten dengan perspektif aktivitas yang mengacu pada preskripsi atau saran yang aplikatif bagi calon wisatawan yang akan mengunjung Pulau Bawean. Perbedaan pada penelitian antara Prihandari Satvikadewi dan penulis terletak pada konten yang disajikan, dimana pada penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada informasi pariwisata sementara pada penelitian ini penulis meneliti kepada sajian konten yang lebih bersifat umum.

### **2.1.2 Penelitian oleh Moh Ali Ma'ruf, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2017)**

Penelitian selanjutnya yang peneliti jadikan panduan dalam penyusunan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Moh. Ali Ma'ruf dengan judul “Analisa Penggunaan *Instagram* sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi pustaka. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis penggunaan *instagram* @nganjukkotabayu sebagai media informasi Kabupaten Nganjuk. Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam pemanfaatan *instagram* @nganjukkotabayu melalui 11 tahapan yaitu: 1) memilih komunikator; 2) menetapkan target dan menganalisis kebutuhan audiens; 3) menyiapkan pesan; 4) memilih media dan saluran komunikasi; 5) produksi media; 6) bahan komunikasi pendahuluan; 7) penyebaran media komunikasi; 8) menganalisis efek komunikasi; 9) memobilisasi kelompok berpengaruh; 10) menetapkan rencana anggaran dan 11) mengevaluasi dan mengaudit komunikasi. Strategi utama akun *instagram* @nganjukkotabayu adalah menemukan konten dan foto terbaik dari kiriman kontributor yang ada dan menambahkan keterangan/*caption* yang menarik sehingga pesan pada konten yang disampaikan oleh akun *instagram* @nganjukkotabayu menjadi informatif, persuasif dan mendidik. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini terhadap penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek penelitian, di mana pada penelitian yang dilakukan oleh Moh. Ali Ma'ruf adalah akun *instagram* @nganjukkotabayu yang tidak berkaitan dengan lingkungan pemerintahan sementara objek pada penelitian ini adalah akun media sosial yang dikelola oleh pihak pemerintahan yaitu akun *instagram* @pemkab\_benteng.

### **2.1.3 Penelitian oleh Wildan Mochamad Sepdiansyah, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (2022)**

Penelitian berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bandung Barat” oleh Wildan pada tahun 2022 juga peneliti jadikan panduan dalam penelitian ini. Masalah utama yang melatarbelakangi penelitian ini adalah kurangnya minat masyarakat terhadap informasi pemerintahan yang disampaikan melalui media sosial *instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan lebih rinci penggunaan media sosial *instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat. Meski metode penelitian yang digunakan sama yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif namun objek dan subjek penelitian ini berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan teori Thomas D. Willson, implementasi penyampaian informasi pemerintahan melalui media sosial *instagram* tergolong cukup baik, meskipun masih terdapat konten yang dirasa kurang menarik oleh masyarakat serta masih rendahnya penggunaan *instagram* sebagai media informasi di masyarakat. Dalam penelitian ini Wildan menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial *instagram* oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bandung Barat sebagai layanan informasi pemerintahan telah berjalan cukup baik, dilihat dari penerimaan informasi-informasi oleh masyarakat melalui *instagram* dan pemanfaatan komunikasi interaktif pada fitur di *instagram*. Meski sama dalam hal *platform* yang diteliti namun tujuan yang menjadi fokus sangat berbeda, jika Wildan berfokus kepada kualitas penyampaian informasi menggunakan *instagram*, pada penelitian yang peneliti tulis ini terfokus kepada strategi komunikasi dalam penggunaan ruang siber yang dalam hal ini menggunakan media *instagram*.

#### **2.1.4 Penelitian oleh Handini Prabawati dan Wasono Adi, Universitas Negeri Jakarta (2019)**

Penelitian selanjutnya berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan”. KOPHI yang berdiri pada tahun 2010 ini merupakan wadah bagi aktivis peduli lingkungan yang kerap membahas mengenai isu dan fenomena terkait lingkungan hidup. Dalam pelaksanaan kegiatan KOPHI, tim Divisi Media dan Komunikasi (MedKom) KOPHI memanfaatkan *instagram* sebagai media dalam mempublikasikan kegiatannya. Namun, angka *engagement instagram* yang rendah masih menjadi penghambat dalam meraih umpan balik dari *follower*. Penelitian ini menggunakan teori media sosial yang terbilang baru yaitu *The Circular Model of SOME* dari Regina Luttrell. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* @\_kophi berdasarkan teori *The Circular Model of SOME* yaitu tahap *share*, *manage*, *optimize*, dan *analyze*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif di mana dalam penelitian terdapat 3 orang informan kunci dan 5 orang informan pokok. Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa pada tahap *share*, pemilihan *platform instagram* sebagai media publikasi dinilai sudah tepat. Pada tahap *optimize*, pemanfaatan *instagram* @\_kophi sudah cukup optimal namun ternyata komunitas ini belum memiliki strategi khusus dalam pengembangan konten pada akun *instagram* mereka. Pada tahap *manage*, *media monitoring* akun *instagram* @\_kophi menggunakan analisis *insight*. Pada tahap *engage*, ditemukan bahwa *followers* akun *instagram* KOPHI tidak selalu aktif mengikuti perkembangan konten pada *instagram* @\_kophi.

### **2.1.5 Penelitian oleh Kharisma Riana Putri dan Andre N. Rahmanto, Universitas Sebelas Maret Surakarta (2021)**

Penelitian ini berjudul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra RSUD @rsud.moewardi”. dalam meningkatkan citra rumah sakit, tim Humas RSUD Dr. Moewardi memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai sarana berkomunikasi dengan target audiens mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pengelolaan media sosial *instagram* @rsud.moewardi dalam perspektif teori dari Regina Luttrell yang meliputi 4 (empat) tahapan yaitu *share*, *optimize*, *manage* dan *engagement* untuk meningkatkan citra rumah sakit melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan 3 (tiga) teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa tahap *share*, alasan pemilihan media sosial *instagram* adalah fiturnya yang beragam dan mudah digunakan serta mematuhi aturan pemerintah Jawa Tengah tentang keterbukaan informasi publik melalui media sosial. Pada tahap optimasi, konten pada @rsud.moewardi menggunakan 85% *hashtag* dan tidak menggunakan alat *social mention* khusus. Dalam mengoptimalkan akun *instagram* @rsud.moewardi, RSUD Dr. Moewardi melalui divisi humas memiliki tim kreatif tersendiri. Pada tahap *manage*, pemantauan akun *instagram* @rsud.moewardi dilakukan oleh humas untuk merespon audiens secara manual dengan berusaha cepat dan *up to date*. Fitur *insta story* dimanfaatkan sebagai upaya interaksi *real-time*. Tahap *Engage* dilakukan dengan melakukan riset sebelum menentukan target audiens. RSUD Moewardi juga bekerjasama dengan *stakeholder* berpengaruh di Jawa Tengah, pengurus Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Jawa Tengah dan juga Gubernur. Pembuatan kuis juga menjadi salah satu upaya peningkatan *engagement*, namun belum berjalan secara konsisten.

No.	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori/ Pendekatan dalam Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Prihandari Satvikadewi, dkk	2018	Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi untuk Mempromosikan Potensi Wisata Lokal Pulau Bawean	Analisis Induktif	Analisis Konten Kualitatif	Pemanfaatan <i>Facebook</i> cenderung bersifat umum dan tidak memiliki segmentasi. Sedangkan pemanfaatan <i>instagram</i> cenderung mengarah pada perspektif visual.
2.	Moh. Ali Ma'ruf	2017	Analisa Penggunaan <i>Instagram</i> sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk	Kualitatif, Deskriptif	Paradigma Laswell	Penggunaan <i>instagram</i> @nganjukkotabaya sebagai media informasi melalui 11 (sebelas) tahapan. Strategi utamanya adalah memilih foto kiriman contributor yang paling tepat dan membubuhkan <i>caption</i> yang menarik sehingga pesan dalam konten pada akun <i>instagram</i> @nganjukkotabaya menjadi informatif, <i>persuasive</i> dan edukatif bagi khalayaknya.

3.	Wildan Mochamad Sepdiansyah	2022	Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> sebagai Layanan Informasi Pemerintahan pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat	Kualitatif, Deskriptif	Thomas D Wilson/ Teori Perilaku Informasi	Pemanfaatan media sosial <i>instagram</i> sebagai layanan informasi pemerintahan berjalan cukup baik, dibuktikan dengan informasi yang disampaikan melalui media sosial <i>instagram</i> yang dikelola Dinas Kominfotik dapat diterima oleh masyarakat dan publik dapat memberi <i>feedback</i> melalui fitur-fitur dalam <i>instagram</i> .
4.	Handini Prabawati dan Wasono Adi	2019	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan	Kualitatif, Deskriptif	Regina Lutrell, <i>The Circular Model of SOME</i>	Pemilihan <i>instagram</i> dari beragam media sosial dinilai cukup tepat. Pemanfaatan akun <i>instagram</i> @_kophi cukup baik meski tidak memiliki strategi khusus dalam pengelolaannya. Pada tahap <i>manage</i> , analisis <i>insight instagram</i> digunakan untuk memonitor media. Pada tahap <i>engage</i> , jangkauan akun masih belum optimal.

5.	Kharisma Riana Putri dan Andre N. Rahmanto	2021	Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra RSUD @rsud.moewardi	Kualitatif, Deskriptif	Regina Lutrell, <i>The Circular Model of SOME</i>	Tahap <i>share</i> , pemilihan instagram karena fitur-fiturnya yang mudah digunakan. Pada tahap optimasi, konten pada akun @rsud.moewardi 85% menggunakan <i>hashtag</i> dan tidak menggunakan <i>social mention tools</i> tertentu. Pengelolaan akun @rsud.moewardi dilakukan oleh humas untuk merespon audiens secara manual. Pada tahap <i>engage</i> , rumah sakit melakukan riset sebelum menentukan target audiens dan angka jangkauan masih terbilang belum maksimal.
----	--	------	---	------------------------	---	--

Tabel 2.1. Matriks Penelitian Terdahulu

## 2.2 Media Sosial

Flew (2022) mengartikan *new media* sebagai media baru yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktifitas dan pengembangan jaringan terkait pembuatan dan penyampaian pesan. Kemampuannya dalam menawarkan *interactivity* memungkinkan penggunanya untuk memilih alternatif informasi yang akan dikonsumsi serta mengedalikan *output* informasi yang dihasilkan. Konsep sentral mengenai pemahaman tentang media baru adalah kemampuan menawarkan *interactivity* tersebut.

Hadirnya *new media* telah memunculkan banyak fenomena-fenomena baru diantaranya *virtual reality*, komunitas virtual hingga identitas virtual. Sebutan *new media*/media baru ini merupakan istilah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari sebelumnya. Media yang telah lama familiar di khalayak seperti koran, majalah, radio dan televisi dikategorikan menjadi old media atau media lama, sedangkan intenet yang cenderung pada kemampuan interaktifitasnya termasuk dalam kategori media baru. Kategorisasi media lama dan media baru bukan mengartikan bahwa media lama menjadi hilang dan digantikan media baru, namun dua kategori ini merupakan penggambaran dari karakteristik kedua jenis media tersebut. (Flew, 2022)

*Social media* atau media sosial atau yang dikenal juga dengan medkos/jejaring sosial merupakan salah satu produk dari internet sebagai media baru. Sangat jelas bahwa media sosial yang bergantung pada jaringan internet memiliki kemampuan interaktifitas yang sangat tinggi. Mengutip dari Wikipedia, definisi dari media sosial adalah suatu media *online* di mana para penggunanya bisa berpartisipasi dengan mudah, berbagi satu sama lain, menciptakan konten yang dapat meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual. Saat ini penggunaan media sosial tidak hanya oleh pribadi/individu namun juga telah digunakan oleh komunitas, lembaga hingga instansi resmi milik pemerintahan. Kemudahan akses dan beragam fitur yang ditawarkan menjadikan media sosial sebagai alternatif utama dalam pelaksanaan tugas dan fungsi di bidang komunikasi, termasuk bagi pemerintahan.

Terdapat beberapa catatan dalam pemanfaatan media sosial pada instansi pemerintahan, diantaranya dijelaskan oleh Kurniasih (2013) yaitu:

1. *Social media* digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan citra lembaga serta mengumpulkan aspirasi dari khalayak.
2. *Social media* merupakan media yang interaktif, sehingga sebaiknya dimanfaatkan untuk lebih dekat dan membangun kepercayaan dengan publik. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan komunikasi dua arah dengan khalayak secara berkesinambungan.
3. *Social media* merupakan bentuk dari dokumentasi *online*. Dokumentasi *online* memiliki rekam jejak digital yang sulit untuk dihilangkan karena penyebarannya yang sangat cepat. Maka sebaiknya humas pemerintah memahami dengan baik pesan yang akan disampaikan lewat media sosial agar tidak menimbulkan kesalahan di kemudian hari.
4. Karakteristik khayalak media sosial yang sangat luas mendorong humas pemerintah selaku pengelola media sosial harus mampu memahami cara pengelolaan pesan dengan baik mengingat khalayak dari media sosial memiliki perbedaan dari sisi geografis, budaya, kebiasaan dan lain sebagainya.

Ardianto (2011) menjelaskan bahwa media sosial tidak dapat dikategorikan sebagai media massa karena media sosial memiliki kemampuan sosial yang besar dalam mempengaruhi opini publik di masyarakat. Opini, sikap dan perilaku publik dapat membentuk penggalangan dukungan atau gerakan massal karena kemampuan media sosial dalam menggerakkan empati publik. Salah satu fenomena terkait penggalangan dukungan melalui media sosial yang cukup menjadi sorotan adalah kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International yang bergulir cukup lama sejak tahun 2008-2012.

Menurut Fandi dalam Nurudin (2012) melalui buku berjudul *Media Sosial Baru*, media sosial secara substansial mengubah cara komunikasi antar individu, organisasi hingga masyarakat. Jenis media sosial menurut Nurudin dikategorikan menjadi 4 macam yaitu:

### 1. *Collaborative Project*

*Collaborative Project* merupakan karakteristik media sosial yang dapat membuat konten dan khalayak global dapat mengakses konten tersebut. Terdapat dua sub kategori yang masuk dalam *Collaborative Project* dalam media sosial, yaitu *Wiki* dan *Bookmark Sosial*.

### 2. *Blogs and Microblogs*

*Blogs* merupakan sebuah situs yang dapat memfasilitasi penyampaian opini, pengalaman atau kegiatan sehari-hari dari penulisnya. Beberapa perusahaan memanfaatkan *blogs* dan *microblogs* untuk memasarkan produk mereka. Begitu pula dengan tokoh publik seperti selebritis yang memanfaatkan *blogs* sebagai sarana untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan mereka.

### 3. *Social Networking*.

Situs jejaring sosial merupakan jenis aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan pengguna lainnya melalui profil akun pribadi masing-masing. Jejaring sosial pada umumnya memiliki fitur seperti surel dan pesan instan.

### 4. *Content Communities*

Komunitas konten merupakan aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi foto dan video dengan pengguna lain yang memiliki akun pada aplikasi yang sama. Salah satu aplikasi populer yang termasuk dalam sub kategori *content communities* adalah *Youtube*.

## 2.2 *Instagram*

Pendiri aplikasi *instagram* adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan diluncurkan pada bulan Oktober 2010 untuk pengguna iOS. Selanjutnya *instagram* dirilis untuk versi Android pada tahun 2012. *Instagram* pada awal diluncurkan merupakan aplikasi berbagi foto antar penggunanya yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Saat ini, fitur pada *instagram* semakin berkembang. Tidak hanya terbatas pada aplikasi berbagi foto, *instagram* menawarkan banyak

fitur lainnya seperti berbagi video, musik, cerita dalam waktu 24 jam hingga *live videos* yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara *real time*. Di awal kemunculannya, salah satu fitur unik *instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic/ Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada piranti bergerak. *Instagram* dapat digunakan pada perangkat dengan sistem operasi iOS, Android, fire iOS dan Windows yang dapat diunduh melalui *App Store* dan *Google Play*.

### **2.2.1 Kelebihan *Instagram***

Beberapa kelebihan *instagram* jika dibandingkan dengan media sosial lainnya adalah:

1. Fitur yang lengkap dan mudah digunakan. Saat ini fitur-fitur pada *instagram* sangat beragam dan tampilannya mudah dimengerti. Pengguna *instagram* tidak hanya dapat berbagi foto, namun juga dapat membagikan musik, video hingga catatan yang bersifat personal. Tidak hanya itu, saat ini *instagram* juga dapat membagikan link sehingga dengan sekali klik saja dapat mengalihkan laman ke aplikasi lainnya.
2. *Instagram* masuk dalam media sosial populer. Saat ini, *instagram* memiliki lebih dari 2 miliar pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Meski popularitas penggunaan media sosial masih dipegang oleh Facebook, namun tampilan konten yang lebih minimalis membuat *instagram* layak untuk digunakan sebagai media sosial untuk menyebarluaskan informasi dan menjangkau perhatian khalayak.
3. Pengguna *instagram* cenderung didominasi oleh kalangan usia produktif. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh generasi muda. Selain itu, pada umumnya tokoh publik, komunitas tertentu, lembaga/instansi menggunakan *instagram* sebagai media sosial utamanya untuk berkomunikasi dengan publik.

### 2.2.2 Fitur dalam *Instagram*

Fitur yang dapat digunakan pada aplikasi *instagram* diantaranya adalah:

#### 1. Beranda/ *Feeds*

Pada fitur ini, pengguna dapat melihat pembaharuan yang diunggah oleh pengguna lainnya yang diikuti oleh pengguna akun tersebut. Selain akun yang diikuti, pada beranda muncul pula beberapa unggahan dari akun yang bersponsor serta unggahan dari akun yang disugestikan oleh *instagram*.

#### 2. Pencarian/ *Search*

Selain beranda, pada tombol pencarian pengguna dapat mencari akun lainnya lewat nama akun maupun menggunakan hashtag yang diunggah dalam sebuah postingan. Untuk mempermudah pencarian, fitur search juga dilengkapi dengan beberapa kategori yaitu untuk anda (pencarian yang berhubungan dengan akun pengguna), akun (pencarian pada akun tertentu), audio (pencarian pada unggahan yang memuat audio tertentu), tagar (pencarian berdasarkan unggahan dengan tagar tertentu), tempat (pencarian berdasarkan lokasi) dan reels (pencarian yang menunjukkan reels yang diunggah oleh akun yang dicari)

#### 3. Kamera

Fitur utama *instagram* adalah kamera. Melalui fitur ini pengguna dapat mengunggah postingan yang baru diambil maupun dipilih dari galeri. Selain foto, lewat fitur ini pengguna dapat mengunggah konten pada beranda/*feed*, cerita/*story*, reel hingga langsung/*live video*.

#### 4. Reel

Reels merupakan fitur pada *instagram* yang tergolong belum lama diluncurkan. Melalui fitur ini, pengguna dapat melihat konten berupa video yang diunggah oleh pengguna lainnya. Konten yang muncul pada fitur reel beragam, tidak bergantung pada unggahan oleh akun yang diikuti.

## 5. Profil

Pada fitur ini, pengguna dapat melihat profil dari akun pengguna lainnya maupun akun pengguna itu sendiri. Pada profil dapat dilihat unggahan berupa foto/video sebuah akun, hingga unggahan yang ditandai oleh pengguna lainnya. Selain itu, pada profil muncul pula daftar pengguna yang diikuti dan mengikuti, serta sorotan cerita yang dibuat oleh pengguna. Bio atau deskripsi singkat mengenai pengguna juga dapat ditampilkan pada profil.

## 6. Cerita/Story

Cerita merupakan fitur pada *instagram* yang saat ini cukup sering digunakan. Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto/video yang akan hilang dalam waktu 24 jam (jika tidak disimpan ke dalam sorotan). Melalui fitur ini, unggahan biasanya akan lebih *up to date* dan terasa lebih personal. Selain itu, pengguna juga dapat membagikan cerita dari akun lain, sehingga penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Jika sudah diunggah, pengguna akun juga dapat memantau jumlah pengguna yang melihat unggahan pada cerita serta reaksi yang diberikan oleh pemirsa cerita tersebut. Saat ini, banyak tokoh publik seperti selebritis yang memanfaatkan fitur ini sebagai media promosi. Selain menyampaikan informasi, fitur cerita pada *instagram* saat ini banyak dimanfaatkan sebagai media promosi karena pada fitur ini dapat dibagikan link/ tautan produk yang dapat langsung terhubung dengan aplikasi e-commerce produk tersebut.

## 7. Langsung/Live

Melalui fitur ini, pengguna dapat melakukan interaksi *real time* dengan pengguna lainnya. Jika pengguna mengadakan sebuah siaran langsung, maka pengguna lain dapat mendengar dalam waktu yang bersamaan dan dapat memberikan komentar melalui tulisan. Fitur ini dapat dimanfaatkan untuk membangun hubungan yang lebih intens dengan audiens.

#### 8. Pesan/ *Direct Message*

Melalui fitur ini, antar sesama pengguna *instagram* dapat saling berkirim pesan. Direct message juga dapat dimanfaatkan oleh lembaga untuk berkomunikasi dan melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat. Jika fitur ini dimanfaatkan secara optimal, maka akan meningkatkan peluang bagi instansi/lembaga untuk membangun kepercayaan publik.

#### 9. Notifikasi/ *Notification*

Fitur ini menampilkan pemberitahuan terbaru terhadap aktivitas sebuah akun. Misalnya penambahan pengikut terbaru, komentar dan tanda suka dari pengguna lain pada sebuah unggahan serta pemberitahuan siaran langsung dari pengguna lainnya.

#### 10. Jejaring Sosial

Pengguna *instagram* tidak hanya dapat berbagi foto pada akun *instagram* mereka, namun juga dapat membagikan kembali unggahan tersebut pada aplikasi lainnya yang terhubung dengan *instagram* misalnya *Facebook*. Sehingga pengguna cukup mengunggah satu kali pada sebuah *platform* namun dapat muncul di *platform* lainnya dalam waktu yang bersamaan.

#### 11. Tanda Suka/*Like*, Komentar/*Comment* dan Bagikan/*Share*

Dalam sebuah unggahan, *instagram* memiliki fitur suka, komentar dan bagikan yang memungkinkan pengguna lainnya dapat memberikan reaksi terhadap unggahan tersebut. Jumlah *like*, *comment* dan *share* dapat menentukan apakah sebuah unggahan tersebut menarik perhatian pengguna lain atau tidak. Banyaknya jumlah *like*, *comment* dan *share* menunjukkan popularitas sebuah unggahan sehingga dapat menjadi tolak ukur keberhasilan pemanfaatan media sosial ini. Saat ini pengguna yang bergantung dengan *instagram* berkompetisi membuat konten yang menarik untuk meningkatkan angka *like*, *comment* dan *share* yang juga berpengaruh pada *engagement/jangkauan* akun tersebut.

### 2.3 Strategi Komunikasi

Dalam membangun hubungan dengan pihak eksternal, setiap instansi, lembaga atau organisasi memiliki penanggung jawab yang menjalankan fungsi kehumasan salah satunya menjadi penghubung antara pihak internal dengan pihak eksternal. Sebagai jembatan yang membangun hubungan dengan pihak luar, terdapat beberapa peranan humas/*public relation* diantaranya adalah:

1. mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan program atau kebijakan sebuah instansi/lembaga.
2. mengumpulkan isu publik yang berkembang di masyarakat dan mengolahnya melalui evaluasi isu dan pemberian respon yang tepat.
3. membuat perencanaan efektif mengenai program/kebijakan lembaga.
4. membangun kepercayaan publik salah satunya dengan menjaga interaksi antara lembaga dengan publik.

Dalam menjalankan perannya, humas juga harus memberikan perhatian pada strategi komunikasi yang akan digunakan agar pesan disampaikan nantinya dapat diterima dengan baik dan memenuhi harapan lembaga. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam mencapai sebuah tujuan. Strategi komunikasi yang digunakan berperan penting pada keberhasilan sebuah komunikasi.

Strategi komunikasi sebaiknya disusun secara sistematis, dalam upaya upaya mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku khalayak/sasaran. Arifin (1994) menjelaskan bahwa agar pesan dapat sampai pada komunikasi secara efektif, maka komunikator perlu mengikuti langkah dalam strategi komunikasi, yaitu:

1. Mengenal khalayak

Agar tercapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator sebaiknya menciptakan kepentingan yang sama dengan komunikasi terutama terkait isi pesan pesan, metode penyampaian dan

media yang digunakan. Dalam menciptakan kepentingan yang sama itu, maka pemberi pesan sudah seharusnya memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman (*field of experience*) lawan bicaranya dengan baik. Beberapa hal utama yang seharusnya dimengerti oleh pemberi pesan dalam proses komunikasi adalah kondisi fisik dan psikologis penerima pesan, kondisi ini dapat meliputi pengetahuan lawan bicara mengenai isi pesan yang sedang dibicarakan, kemampuan lawan bicara dalam menerima isi pesan melalui media tertentu dan kemampuan lawan bicara dalam memahami perbendaharaan kata yang digunakan oleh pemberi pesan. Selain itu, komunikator juga sebaiknya mengantisipasi pengaruh kelompok/masyarakat di mana lawan bicara itu berada dengan nilai dan norma yang berlaku dalam kelompok tersebut.

## 2. Menentukan tujuan

Menentukan tujuan dalam berkomunikasi dapat membantu komunikator dalam menetapkan strategi komunikasi berupa teknik dan langkah yang akan digunakan pada lawan bicara. Beberapa tujuan komunikasi diantaranya adalah berbagi informasi, membantu orang lain, sebagai langkah penyelesaian masalah (*problem solver*) dan menilai perilaku lawan bicara secara efektif.

## 3. Menyusun pesan

Penyusunan pesan yang baik akan sangat membantu bagi komunikator dalam memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Isi pesan yang disusun sedemikian rupa akan memudahkan pemberi pesan dalam mencapai tujuan nya dalam proses komunikasi tersebut. Beberapa hal yang harus menjadi perhatian ketika menyusun pesan diantarnya adalah:

- a. Pesan sebaliknya dirancang lalu penyampaiannya diatur sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian lawan bicara.
- b. Pesan sebaiknya menggunakan tanda yang bermuara pada pengalaman yang sama antara komunikator dengan komunikator agar dapat lebih mudah dimengerti.

- c. Pesan sebaiknya disusun dengan memperhatikan kebutuhan lawan bicara agar tercipta sisi emosional diantara keduanya.
- d. Pesan sebaiknya mengandung saran yang dibutuhkan oleh lawan bicara.
- 4. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Pemilihan metode dan media yang digunakan dalam komunikasi akan sangat berpengaruh pada efektifitas komunikasi. Terciptanya komunikasi yang efektif akan sangat membantu kedua belah pihak yang berkomunikasi dalam mencapai tujuannya. Metode dan media yang digunakan dalam penyampaian pesan sebaiknya memperhatikan kebutuhan dan pengetahuan penerima pesan. Selain itu, kondisi lingkungan di sekitar komunikasi juga wajib diperhatikan agar tidak keliru dalam penggunaan metode dan media komunikasi.

#### **2.4 Penggunaan Media Sosial pada Instansi Pemerintah**

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012, disebutkan bahwa media sosial yang dikelola oleh instansi pemerintah wajib memenuhi prinsip sebagai berikut:

- 1. kredibel, yaitu menjaga kredibilitas isi pesan sehingga informasi yang disampaikan harus akurat, netral dan mewakili kebijakan instansi/lembaga.
- 2. integritas, yaitu informasi menggambarkan sikap jujur dan etika instansi/lembaga.
- 3. profesional, isi pesan yang disampaikan melalui media sosial menggambarkan pendidikan, keahlian dan keterampilan pengelola di bidang tersebut.
- 4. responsif, yaitu menanggapi reaksi dari publik dengan tepat dan secepat mungkin.
- 5. terintegrasi, yaitu menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lain baik yang berbasis internet maupun yang tidak berbasis internet.
- 6. keterwakilan, yaitu pesan dalam media sosial harus mewakili kebijakan/program yang ingin dicapai oleh instansi tersebut.

Sementara itu, etika yang harus ditegakkan oleh praktisi humas pemerintah yaitu sebagai berikut:

1. menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah;
2. memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas;
3. menjaga rahasia negara dan melaksanakan sumpah atas jabatan yang dipangku;
4. menegakkan etika yang berlaku untuk menciptakan citra dan reputasi instansi pemerintah yang baik;
5. menghormati kode etik ASN;
6. menyampaikan dan menerima informasi publik dengan benar, tepat, dan akurat;
7. menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi maupun perorangan;
8. melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan Undang Undang yang berlaku. (PERMENPAN-RB No. 83 Tahun 2012)

Widiastuti, dkk (2018) dalam buku yang ditebitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menyebutkan bahwa penentuan strategi dalam pengelolaan media sosial instansi pemerintah berhubungan dengan jenis pendekatan yang akan dilakukan oleh instansi ke masyarakat. Di kemudian hari, setiap program atau konten akan dibuat dengan strategi khusus yang berbeda. Strategi utama perlu ditetapkan sebagai gambaran umum dalam acuan utama dalam pembuatan konten yang nantinya akan diunggah pada akun media sosial instansi pemerintah.

Penentuan pesan utama merupakan hal utama yang perlu menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi pengelolaan media sosial instansi pemerintah. Pesan utama merupakan gambaran umum pesan yang ingin disampaikan dalam setiap aktivitas pengelolaan media sosial instansi pemerintahan. Penentuan pesan utam ini sebaiknya dilakukan di awal penetapan program/aktivitas pengelolaan media sosial agar pesan yang nantinya akan tersampaikan secara berkesinambungan. Isi dari pesan utama pada pengelolaan media sosial pemerintah merupakan sinergitas antara visi

misi pemerintah secara umum dengan visi misi instansi itu sendiri. (Widiastuti, dkk, 2018)

Dalam menentukan pesan utama yang akan digambarkan dalam pengelolaan konten/unggahan pada media sosial intansi pemerintahan, terdapat beberapa indikator yang sebaiknya dimunculkan. Indikator tersebut diantaranya adalah:

1. Karakter, yaitu manifestasi citra instansi pemerintahan menjadi sebuah karakteristik. memanifestasikan citra lembaga pemerintahan ke dalam suatu karakter.
2. Tujuan utama, yaitu sebuah hasil yang ingin dicapai oleh instansi pemerintahan.
3. Motif utama, yaitu sesuatu yang mendorong instansi pemerintahan dalam mencapai tujuannya.
4. Cerita utama, yaitu gambaran mengenai perjuangan yang ditempuh oleh instansi pemerintahan termasuk hambatan dan tantangan yang dilalui oleh intansi tersebut.
5. Rincian yaitu penambahan detail tertentu agar pesan utama yang disampaikan akan semakin lengkap dan mudah dimengerti.

## 2.5 Model Komunikasi *The Circular Model of SOME*

*The Circular Model of SOME* merupakan sebuah model komunikasi baru yang diciptakan oleh Regina Luttrell dan berlandaskan dukungan fundamental dari Cluetrain Manifesto serta model komunikasi dua arah simetris Grunig. Model komunikasi ini diharapkan dapat memudahkan pengelola media sosial dalam melakukan perencanaan komunikasi. Pada model komunikasi ini, terdapat empat aspek yang setiap aspeknya memiliki kekuatan masing-masing. (Luttrel dalam Putri, dkk, 2018)

Empat aspek dalam model komunikasi *The Circular Model of SOME* menurut Regina Luttrell adalah:

### 1. *Share*

Pada tahap *share*, Luttrell (2019) menekankan ada tiga hal penting dan harus diperhatikan, mulai dari *participate*, *connect* dan *build trust*.

*Participate* merupakan kekuatan utama dari media baru, di mana pengelola dapat berpartisipasi secara langsung untuk membangun komunikasi yang baik dengan para pengikut di media sosial. Tahap partisipatif ini mengamati apa yang menjadi latar belakang dan tujuan penggunaan media baru oleh suatu perusahaan atau organisasi serta alasan penggunaan media baru oleh organisasi atau perusahaan tersebut. *Connect* merupakan tahapan dimana suatu target perusahaan atau organisasi harus ditentukan, sehingga komunikasi dapat terjalin tepat sasaran yang dituju. Tahap terakhir adalah membangun kepercayaan, di mana suatu perusahaan atau organisasi atau institusi mencari cara untuk membangun kepercayaan dengan para pengikutnya. (Luttrell, 2019)

### 2. *Optimize*

Luttrell (2019) menjelaskan terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam tahap *optimize* yaitu mendengarkan dan belajar serta mengambil bagian dalam komunikasi otentik. *Listen and learn* merupakan tahap dimana organisasi dapat melihat apa yang dibicarakan oleh audiens melalui media sosial. Dengan demikian, mereka dapat mempelajari dan mempertimbangkan topik tersebut untuk membuat konten di media barunya. Pada gilirannya dapat mengoptimalkan pesan yang dikirimkan. Kemudian, ikut serta dalam komunikasi autentik merupakan tahapan dimana suatu organisasi mampu menyampaikan informasi dan melakukan komunikasi autentik kepada para pengikutnya dengan melakukan diskusi terbuka yang dapat dilihat oleh banyak orang. (Luttrell, 2019)

### 3. *Manage*

*Manage* berkaitan dengan cara penyampaian pesan yang harus dikelola dengan baik dan diamati serta diukur. Tiga aktivitas yang perlu diperhatikan pada bagian ini, yaitu pemantauan media, respon cepat, dan interaksi *real-time* (Luttrell, 2019). Dalam hal ini Luttrell juga menyatakan bahwa suatu perusahaan atau organisasi dapat memantau media, karena perubahan terjadi setiap detik dalam suatu media. Pemantauan media merupakan salah satu langkah untuk menentukan langkah selanjutnya

yang dapat diambil oleh perusahaan/organisasi terhadap media yang dimilikinya. Selain itu, respon cepat dan interaksi *real-time* adalah hal yang diharapkan masyarakat. Ketika suatu perusahaan atau organisasi menyampaikan informasi melalui media, masyarakat memerlukan kecepatan dan keakuratan informasi jika ada pertanyaan, kritik, atau saran. (Luttrell, 2019)

#### 4. *Engage*

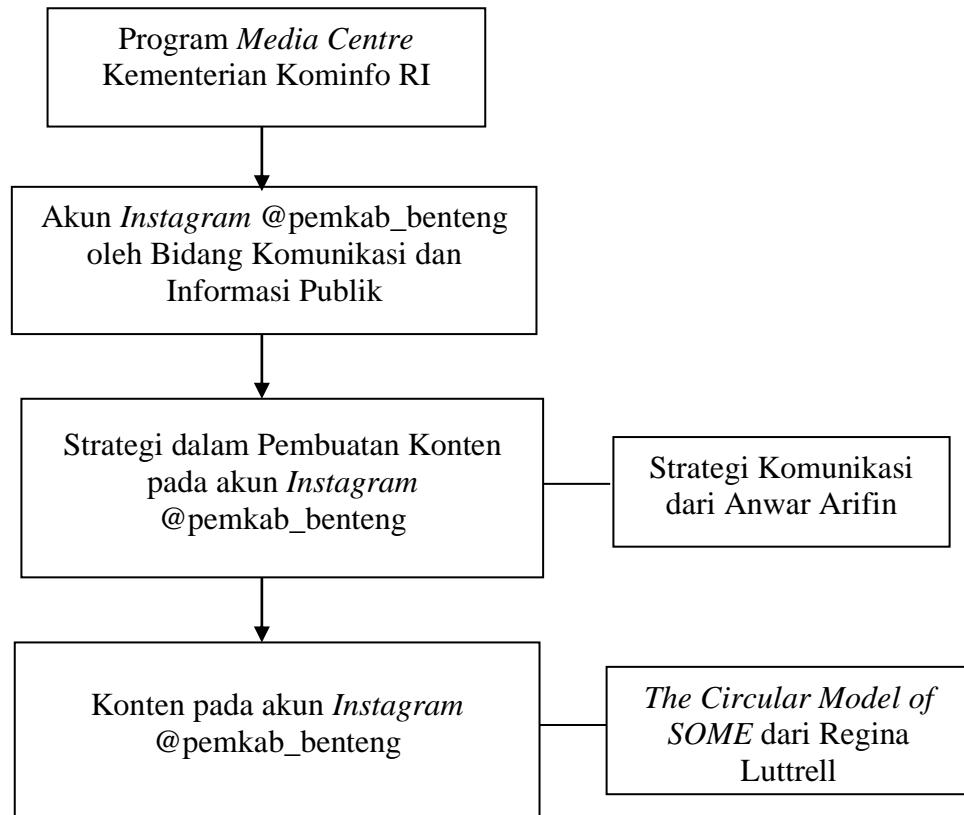
*Engage* merupakan tahapan di mana perusahaan atau organisasi dapat menampilkan pesan sesuai dengan karakteristik perusahaan/organisasi. Dengan demikian, masyarakat akan mengetahui keberadaan perusahaan/organisasi tersebut di tengah masyarakat dan dapat meningkatkan kredibilitasnya. Luttrell juga mengungkapkan beberapa pertanyaan yang dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengungkapkan daya tariknya, antara lain:

- 1) Siapa saja influencer yang harus dilibatkan oleh perusahaan/organisasi untuk meningkatkan engagement?
- 2) Bagaimana cara melibatkan penonton dengan konten yang dibagikan?

(Luttrell, 2019)

### 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang tersusun dalam penelitian ini merupakan kajian mengenai hubungan teori dengan berbagai konsep yang ada dalam rumusan masalah. Kerangka pemikiran bermanfaat sebagai arahan mengenai proses pengolahan dan pengkajian data agar membentuk persepsi yang sama antara peneliti dengan orang lain yang membaca hasil dari penelitian ini dalam rangka untuk mengetahui strategi dalam penggunaan *instagram* oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat dalam bagan berikut:



Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah kerangka kerja yang sesuai dengan teori dan praktik disiplin ilmu dalam membuat rencana penelitian. Landasan ini memandu seluruh bidang rencana penelitian termasuk tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, instrumen atau pengukuran yang digunakan dan metode analisis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivistik, di mana para peneliti yang menggunakan paradigma post-positivistik berusaha semaksimal mungkin untuk bekerja sebagai peneliti yang tidak terikat dan obyektif. Namun, tidak seperti kaum positivis, kaum post-positivistik, percaya bahwa realitas obyektif tidak akan pernah dapat dicapai sepenuhnya, karena mekanisme intelektual manusia memiliki kelemahan. Kasus kuantitatif yang disebut sebagai kasus konkret adalah cara yang berguna namun tidak sempurna untuk menggambarkan apa yang berada di luar jangkauan kognitif dan analitis kita. (Alexander, 2006). Bahkan, sampel statistik yang besar pun tidak lebih dari sebuah kasus rumit yang mendukung bentuk konseptual dari pengalaman yang hanya umum bagi mereka yang mengumpulkan data. (Feyerabend, 2000)

Lincoln dan Guba (2000) menggambarkan contoh angsa. Seorang peneliti berhipotesis bahwa semua angsa berwarna putih. Peneliti kemudian dapat mengamati satu juta angsa putih dan menyimpulkan bahwa semua angsa berwarna putih. Namun, penemuan seekor angsa hitam membantalkan kesimpulan tersebut.

Peneliti menggunakan paradigma penelitian paradigma post-positivistik untuk melihat bagaimana strategi yang digunakan oleh Dinas Kominfotik Bengkulu Tengah dalam penggunaan akun instagram @pemkab\_benteng. Berdasarkan paradigma post-positivistik, temuan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini tidak bersifat mutlak, karena tidak ada kebenaran dari sebuah pengetahuan yang hakiki. Peneliti akan mengkaji

temuan penelitian dalam perspektif peneliti dan dapat menggunakan bermacam-macam konsep atau teori.

### **3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah strategi, proses atau teknik yang digunakan dalam pengumpulan data atau bukti untuk dianalisis guna mengungkap informasi baru atau menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang suatu topik. Ada berbagai jenis metode penelitian yang menggunakan alat berbeda untuk pengumpulan data.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif di mana peneliti akan mengamati dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan data secara menyeluruh terkait strategi dalam penggunaan *instagram* sebagai media komunikasi dan informasi pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah yang dikelola oleh Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah. Penelitian kualitatif ini akan didukung dengan teknik pengambilan data melalui teknik wawancara mendalam dan observasi langsung pada akun *instagram* @pemkab\_benteng.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus merupakan studi mendalam terhadap seseorang, kelompok atau peristiwa. Dalam studi kasus, hampir setiap aspek kehidupan dan sejarah subjek dianalisis untuk mencari pola dan penyebab perilaku. Studi kasus dapat digunakan dalam berbagai bidang, termasuk psikologi, kedokteran, pendidikan, antropologi, ilmu politik, dan pekerjaan sosial. Inti dari studi kasus adalah mempelajari sebanyak mungkin tentang seseorang atau kelompok sehingga informasinya dapat digeneralisasikan ke banyak orang lain. besar.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Setiap pembaca tentu memiliki persepsi yang berbeda terhadap suatu hal. Oleh karena itu, peneliti akan memberikan batasan penelitian guna menghindari penafsiran yang keliru atas judul penelitian ini. Batasan masalah diberikan untuk menghindari kesalahpahaman dalam interpretasi, sekaligus

memberi kemudahan pada pembaca dalam memahami penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah peneliti akan berfokus pada strategi penggunaan akun *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah khususnya strategi dalam pembuatan konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng.

### **3.4 Instrumen Penelitian**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Terdapat dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari objek penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti, sedangkan menurut Bungin (2007) data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua atas data yang dibutuhkan.

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi non partisipan artinya di mana dalam proses pengumpulan data ini peneliti mengamati objek penelitian namun tidak terlibat langsung pada proses yang terjadi pada Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng.

##### **2. Wawancara Mendalam**

Teknik utama dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam untuk menggali informasi dari informan. Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur, di mana peneliti telah membuat daftar pertanyaan sebelum wawancara dimulai. Namun, ketika wawancara berlangsung tidak menutup kemungkinan peneliti dapat menambah daftar pertanyaan selama masih dalam konteks penelitian. (Alwasilah, 2002).

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah teknik dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi merupakan pelengkap dari teknik wawancara dan observasi. Temuan dalam penelitian akan lebih kredibel jika didukung oleh dokumen yang terkait dengan objek penelitian. Bentuk dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa foto, rekaman, catatan dan akun *instagram* @pemkab\_benteng itu sendiri.

#### 3.4.3 Informan Penelitian

Dalam menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan *teknik purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu dan sangat berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Kriteria yang menjadi acuan peneliti dalam menentukan informan terkait bagaimana strategi dalam penggunaan *instagram* Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu:

1. Pegawai dari Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah yang menjadi admin akun *instagram* @pemkab\_benteng .
2. Pegawai yang terlibat dalam proses pengelolaan dan pembuatan konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng .

Kriteria khusus dalam penentuan informan kunci dan informan pendukung dalam penelitian ini adalah :

1. Informan Kunci
  - a. Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Komunikasi, Infomatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah.
  - b. Analis Publikasi sekaligus admin pada Bidang Komunikasi dan Informasi Publik
  - c. Pewarta pada konten-konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng

2. Informan pendukung

- a. Warga Kabupaten Bengkulu Tengah yang aktif menggunakan media sosial *instagram* dan mengikuti akun *instagram* @pemkab\_benteng

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses dalam mengolah data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan menarasikannya hingga dapat ditarik kesimpulan. Bogdan dan Biken dalam Moleong (2004) menjelaskan bahan analisis data merupakan usaha dalam mengolah hasil penelitian dengan cara mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang paling penting lalu diputuskan kesimpulannya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik yang dijelaskan oleh Burhan dalam Bungin (2003), yaitu:

#### 1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan kegiatan utama dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan observasi non partisipan, dokumentasi dan wawancara mendalam.

#### 2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, memberi kode, menelusuri tema, membuat kategori dan lain sebagainya dengan maksud menyisihkan data yang tidak relevan dengan penelitian.

#### 3. Display Data

*Display* data merupakan gambaran dari sekumpulan informasi tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matriks, tabel, bagan hingga diagram.

#### 4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verification*)

Setelah data yang diperoleh ditampilkan, maka dapat ditarik kesimpulannya. Kesimpulan ini lah yang merupakan inti dari hasil penelitian dari permasalahan yang diteliti.

### 3.6 Uji Validitas Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi data dalam menguji keabsahan data. Triangulasi digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan validitas data yang diperoleh dari informan. Sehingga data yang didapat menjadi akurat dan dapat memperkecil kesalahan interpretasi pembacanya (Stake, 1995).

Triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil penelitian pada informan kunci akan peneliti bandingkan dengan informan pendukung.

#### 2. Triangulasi Waktu Pengumpulan Data

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Oleh karena itu, untuk menguji keabsahan data akan dilakukan dengan cara wawancara dan observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda, bila hasil uji ini mendapatkan data yang berbeda maka dilakukan secara berulang-ulang hingga memperoleh data yang jenuh.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kabupaten Tengah**

Sebagai perangkat daerah yang dibentuk untuk melaksanakan tugas dan fungsi di bidang Komunikasi, Informatika dan Statistik maka Dinas ini bertanggung jawab atas urusan Pemerintahan Bidang Komunikasi dan Informatika, Urusan Pemerintahan Bidang Statistik dan Urusan Pemerintahan Bidang Persandian. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah Nomor 13 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah (Lembaran Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah Tahun 2016 Nomor 13), sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah Nomor 11 Tahun 2020 tentang perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah Nomor 13 Tahun 2016 tentang pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah (Lembaran Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah Tahun 2020 Nomor 10).

#### **4.2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bengkulu Tengah**

Struktur Organisasi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah terdiri dari :

1. Kepala Dinas;
2. Sekretaris

Sekretaris membawahi :

- a. Kasubbag Umum dan Kepegawaian (1 Orang)
  - b. Fungsional Umum (4 orang)
3. Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik membawahi :
    - a. Analis Publikasi (1 Orang)

4. Kepala Bidang Aplikasi Informatika membawahi:
  - a. Seksi Persandian dan Infrastruktur
5. Kepala Bidang Statistik Sektoral, membawahi :
  - a. Analis Data dan Informasi (3 Orang)
6. Kelompok Jabatan Fungsional.
  - a. JFT. Analis Keuangan Pusat dan Daerah Ahli Muda (1 orang)
  - b. JFT. Pranata Humas Ahli Muda (3 Orang)
  - c. JFT. Pranata Komputer Ahli Muda ( 2 Orang)
  - d. JFT. Pranata Komputer Ahli Pertama (4 Orang)
  - e. JFT. Statistisi Ahli Muda ( 3 Orang)

### **4.3 Tugas Pokok dan Fungsi**

#### **1. Kepala Dinas**

Tugas Pokok Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik adalah membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah bidang komunikasi, informatika, statistik dan persandian yang menjadi kewenangan daerah tugas pembantuan yang ditugaskan Kepala Daerah. Adapun fungsi Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik adalah :

1. Perumusan Kebijakan Bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian sesuai dengan lingkup tugasnya;
2. Pelaksanaan Kebijakan bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian sesuai dengan lingkup tugasnya;
3. Pelaksanaan Evaluasi dan Pelaporan bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian sesuai dengan lingkup tugasnya;
4. Pelaksanaan Administrasi Dinas bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian sesuai dengan lingkup tugasnya;
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## 2. Sekretaris Dinas

Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan tugas-tugas kesekretariatan perencanaan, umum, aset, perlengkapan, rumah tangga dinas, kepegawaian, tata usaha, keuangan, evaluasi dan pelaporan di lingkungan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik.

Dalam melaksanakan tugas diatas tersebut, Sekretariat menyelenggarakan fungsi antara lain :

1. Penyusunan rencana operasional di lingkungan sekretariat dengan menjabarkan rencana operasional Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik berdasarkan SOP sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
2. Pendistribusian tugas kepada bawahan di lingkungan sekretariat sesuai dengan tugas pokok dan tanggung jawab yang ditetapkan agar tugas yang diberikan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.
3. Pemberian petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan di lingkungan sekretariat sesuai peraturan dan prosedur yang berlaku agar tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan tugas.
4. Penyelia pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan sekretariat secara berkala sesuai peraturan dan prosedur yang berlaku untuk mencapai target kinerja yang diharapkan.
5. Pengelolaan administrasi kepegawaian, keuangan, ketatausahaan, dan kerumahtanggaan dinas sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku dalam rangka menunjang kelancaran pelaksanaan tugas.
6. Penyelenggaraan pembinaan dan pengembangan ketatalaksanaan di lingkungan dinas sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku dalam rangka optimalisasi kinerja dinas.
7. Penyiapan rancangan peraturan dan ketentuan lainnya di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik, Informatika, dan Statistik Sektoral sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

8. Pengkoordinasian penyusunan rencana program kerja dinas sesuai prosedur dan ketentuan yang berlaku sebagai upaya penyediaan acuan kerja badan.
9. Pengkoordinasian evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kerja badan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku sebagai bahan penyusunan laporan dinas.
10. Pengevaluasian pelaksanaan tugas di lingkungan sekretariat dengan cara mengidentifikasi hambatan yang ada dalam rangka perbaikan kinerja di masa mendatang.
11. Penyusunan laporan pelaksanaan tugas di lingkungan sekretariat sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlakukan untuk pertanggungjawaban dan rencana yang akan datang.
12. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan baik lisan maupun tertulis terkait tugas dan fungsinya.

### **3. Bidang Komunikasi dan Informasi Publik**

Bidang Komunikasi dan Informasi Publik mempunyai tugas melaksanakan tugas perumusan dan pelaksanaan kebijakan, evaluasi, pelaporan dan bimbingan teknis di bidang komunikasi dan informasi publik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku dalam rangka pelaksanaan program kegiatan.

Dalam melaksanakan tugas tersebut diatas bidang Komunikasi dan Informasi Publik menyelenggarakan fungsi antara lain :

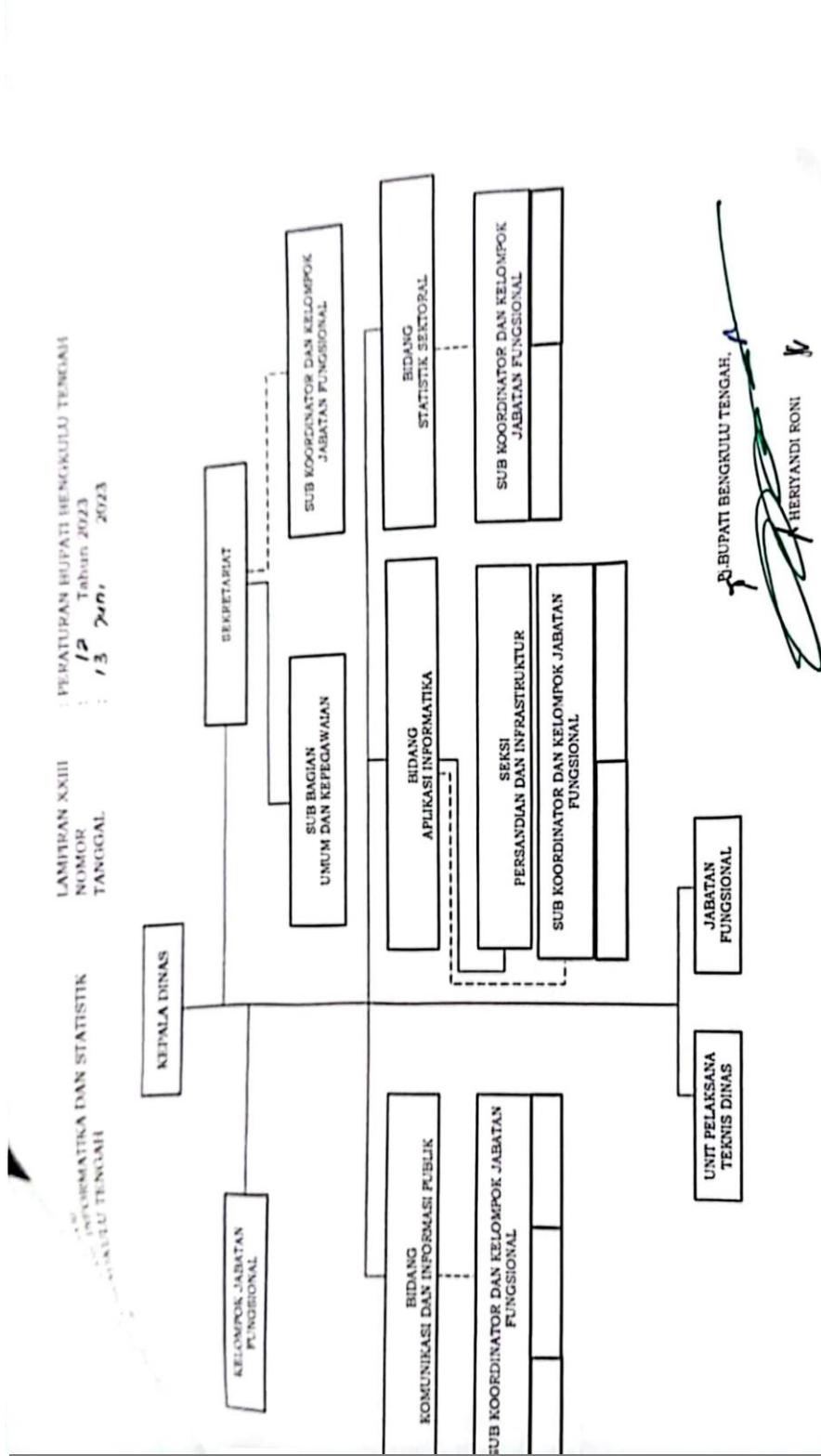
1. Penyusunan rencana operasional di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik dengan menjabarkan rencana operasional dinas berdasarkan SOP sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
2. Pendistribusian tugas kepada bawahan di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang ditetapkan agar pelaksanaan tugas efektif dan efisien.

3. Pemberian petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik sesuai peraturan dan prosedur yang berlaku agar tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan tugas.
4. Penyelia pelaksanaan tugas bawahan di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik secara berkala sesuai dengan peraturan dan prosedur yang berlaku untuk mencapai target kinerja yang diharapkan.
5. Pengkordinasian pelaksanaan kegiatan Bidang Komunikasi dan Informasi Publik sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka sinkronisasi program kerja dinas.
6. Perumusan kebijakan di bidang monitoring isu publik di media, pengolahan pengaduan masyarakat, standarisasi informasi lintas sektoral, pemantauan tema komunikasi lintas sektoral, pengolahan dan analisis data dan informasi untuk komunikasi publik, perencanaan komunikasi publik dan citra positif pemda, pengemasan konten nasional menjadi konten lokal, pembuatan konten lokal pengolahan komunikasi media internal, pengolahan komunikasi media internal. Diseminasi informasi kebijakan melalui media Pemda dan non-Pemda. Pemberdayaan dan penyediaan akses informasi, pengembangan SDM komunikasi publik, pengolahan komunikasi publik untuk UU 14 th. 2008 >, keterbukaan informasi, hubungan dengan media, dan penyediaan bahan komunikasi untuk pimpinan daerah.
7. Pelaksanaan kebijakan di bidang monitoring isu publik di media, pengolahan pengaduan masyarakat, standarisasi informasi lintas sektoral, pemantauan tema komunikasi lintas sektoral, pengolahan dan analisis data dan informasi untuk komunikasi publik, Perencanaan komunikasi publik dan citra positif pemda, Pengemasan konten nasional menjadi konten lokal, Pembuatan konten lokal pengolahan komunikasi media internal, Pengolahan komunikasi media internal. Diseminasi informasi kebijakan melalui media Pemda dan non-Pemda. Pemberdayaan dan penyediaan akses informasi,

Pengembangan SDM komunikasi publik, Pengolahan komunikasi publik untuk UU 14 th. 2008 > Keterbukaan infomasi, Hubungan dengan media, dan Penyedian bahan komunikasi untuk pimpinan daerah.

8. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang Monitoring isu publik di media, Pengolahan pengaduan masyarakat, Standarisasi informasi lintas sektoral, Pemantauan tema komunikasi lintas sektoral, Pengolahan dan analisis data dan informasi untuk komunikasi publik, Perencanaan komunikasi publik dan citra positif pemda, Pengemasan konten nasional menjadi konten lokal, Pembuatan konten lokal pengolahan komunikasi media internal, Pengolahan komunikasi media internal. Diseminasi informasi kebijakan melalui media Pemda dan non-Pemda. Pemberdayaan dan penyediaan akses informasi, Pengembangan SDM komunikasi publik, Pengolahan komunikasi publik untuk UU 14 th. 2008 > Keterbukaan infomasi, Hubungan dengan media, dan Penyedian bahan komunikasi untuk pimpinan daerah.
9. Pengevaluasian pelaksanaan tugas di bidang komunikasi dan informasi publik dalam rangka perbaikan kinerja di masa mendatang.
10. Penyusunan laporan pelaksanaan tugas di bidang komunikasi dan informasi publik sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku untuk pertanggungjawaban dan rencana yang akan datang.
11. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan terkait kebijakan komunikasi publik.

## 4.4 Bagan Struktur Organisasi



## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil Penelitian**

Pada Bab ini peneliti menguraikan data dari hasil penelitian tentang strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam wawancara ialah untuk mendapatkan gambaran dan penjelasan mengenai strategi dalam penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah.

Hasil penelitian dan pembahasan ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan yang bersangkutan dalam bentuk observasi langsung, dan apabila datanya sudah terkumpul kemudian dianalisis. Tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan membuat daftar pertanyaan wawancara, mengumpulkan data, dan menganalisa data yang telah didapatkan. Untuk dapat mengetahui bagaimana gambaran dan penjelasan terhadap aspek strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah, peneliti melakukan beberapa tahapan penelitian, antara lain:

1. Peneliti menyusun draft pertanyaan wawancara berdasarkan pedoman wawancara yang selanjutnya melakukan wawancara mendalam dengan informan.
2. Menyalin data dari hasil penelitian baik yang berbentuk rekaman maupun tulisan dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan dan menganalisisnya.
3. Menarik kesimpulan dan peninjauan pada hasil analisa.

##### **5.1.1 Karakteristik Informan**

Informan adalah seseorang yang memberikan informasi kepada orang lain yang belum mengetahuinya. Informan pada penelitian ini dilakukan pada sebanyak enam orang yang ditarik berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, ke-enam informan ini terdiri dari tiga orang

informan kunci yaitu Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik, Analis Publikasi serta Pengelola Media Sosial @pemkab\_benteng pada lingkungan Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah. Untuk informan pendukung peneliti menetapkan tiga orang pengguna *instagram* aktif yang merupakan warga Kabupaten Bengkulu Tengah dan mengikuti akun *instagram* @pemkab\_benteng yang peneliti pilih secara acak berdasarkan kriteria.

### 1. **Informan Kunci**

Informan kunci adalah orang-orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti atau dianggap kompeten sehingga dapat menjawab pertanyaan/masalah dalam sebuah penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini sebanyak tiga orang yang diantaranya adalah yaitu Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik, Analis Publikasi pada lingkungan Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah dan Pewarta untuk konten-konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng. Profil informan akan dijabarkan sebagai berikut. Informan kunci pertama adalah Ibu Dina Betra Sari, S.E. Beliau merupakan Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah. Sebagai seorang Kepala Bidang, tentu beliau sangat memahami bagaimana proses dalam perencanaan dan pelaksanaan dari strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah.

Informan kunci kedua, bernama Albeth Voristhal, S.I.Kom. Beliau merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS) di bawah naungan Bidang Komunikasi dan Informasi Publik yang juga bertugas sebagai pengelola media sosial pada Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah. Dipilihnya beliau sebagai salah satu informan kunci adalah karena beliau merupakan bagian dari tim yang mengelola media social yang turut serta dalam menentukan konten apa saja yang akan naik ke *instagram*.

Informan kunci selanjutnya yaitu Eka Sinta Putri. Beliau merupakan pengisi konten media sosial dan juga bertugas sebagai redaktur yang turut meliput kegiatan Pemerintah Daerah untuk selanjutnya dinaikkan ke *instagram* @pemkab\_benteng.

## 2. **Informan Pendukung**

Informan pendukung adalah orang-orang yang memberikan sebuah informasi dengan tujuan untuk mempertegas jawaban dari informan kunci. Adapun informan pendukung pada penelitian ini adalah sebanyak tiga orang warga yang merupakan warga Bengkulu Tengah dan merupakan pengguna aktif *Instagram* serta mengikuti akun *instagram* @pemkab\_benteng. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Helnitati (49 Tahun), Retno Budiarto (27 Tahun) dan Chintya Wulandari (22 Tahun). Ketiganya merupakan warga yang berasal, tinggal dan bekerja di Kabupaten Bengkulu Tengah. Selain itu, ketiga informan ini memiliki akun *instagram* serta merupakan pengikut dari akun *instagram* @pemkab\_benteng.

### **5.1.2 Strategi Penggunaan *Instagram* oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah**

Sebagai lembaga pemerintahan yang berfungsi dalam menyampaikan informasi publik, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah turut mengelola media sosial yang berafiliasi secara langsung dengan seluruh unsur organisasi Pemerintah Daerah. Pengelolaan media sosial oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah yang dalam penelitian ini menggunakan *instagram* dengan nama akun @pemkab\_benteng. Pada akun ini, disajikan berbagai konten mengenai informasi berita terkini seperti informasi kegiatan kedinasan Pimpinan dari semua OPD yang ada di Kabupaten Bengkulu Tengah. Dalam menyajikan konten pada akun *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah terdapat beberapa tahapan yang dilaksanakan seperti disampaikan oleh Ibu Dina sebagai berikut:

*“Proses yang tim kerjakan dalam mengolah konten yang nantinya akan di bagikan pada akun instagram @pemkab\_benteng melingkupi beberapa tahapan, biasanya kita merangkum terlebih dahulu apa saja kegiatan Pimpinan lalu kita bagi tugas pada tim-tim kita untuk melakukan peliputan. Kemudian pegawai yang telah ditugaskan itu kan langsung ke lapangan, lalu meliput kegiatan itu baik berupa foto maupun video. Kemudian juga kan dari hasil liputan itu dibuatlah narasinya, untuk kemudian dicek kembali kesesuaian narasinya. Jika sudah benar dan pas, selanjutnya akan dinaikkan ke media centre kita, baik itu lewat web maupun media sosial.”*

Berdasarkan jawaban yang disampaikan oleh informan kunci yaitu Ibu Dina Betra Sari, S.E selaku Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Kominfotik Bengkulu Tengah dan merangkum dari jawaban informan lainnya, diketahui bahwa tahapan penyajian konten pada akun *instagram @pemkab\_benteng* oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah meliputi beberapa tahapan.

Pada tahap awal Kepala Bidang KIP Diskominfotik selalu melakukan pemantauan terhadap jadwal kegiatan kedinasan Pimpinan, lalu menugaskan Pegawai pada Bidang KIP Diskominfotik untuk turun langsung ke lapangan untuk melakukan peliputan. Selanjutnya, setelah dilakukan peliputan disusulah narasi berdasarkan kegiatan yang telah diikuti. Setelah narasi dibuat, maka akan dilakukan pengecekan kembali untuk memastikan narasi layak tayang atau tidak oleh Kepala Bidang KIP, kemudian jika narasi sudah layak ditayangkan, maka akan diunggah pada Media Centre Kabupaten Bengkulu Tengah, salah satunya akun *instagram @pemkab\_benteng*.

#### 1. Audiens pada *instagram @pemkab\_benteng*

Dalam penyajian konten pada akun *instagram @pemkab\_benteng* yang dikelola oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah, yang menjadi target informasi adalah seluruh lapisan masyarakat, hanya saja terkhusus kepada masyarakat Bengkulu Tengah sebagai khalayaknya. Hal ini disampaikan oleh informan Eka dalam wawancara sebagai berikut:

*“Tentu saja kami menggarap informasi yang akan kami gunakan untuk masyarakat Bengkulu Tengah, masyarakat Bengkulu Tengah menjadi target utama kami dalam menyampaikan informasi yang kemudian diharapkan dapat menghasilkan pandangan positif terhadap kinerja kami dan Pemerintah Kabupaten”*

Dari apa yang disampaikan pada wawancara diatas, dapat dilihat bahwa dalam menggarap konten yang akan diunggah pada media sosial, khususnya *instagram*, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah telah menetapkan audiens pengguna *instagram* khususnya untuk masyarakat Bengkulu Tengah. Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator sudah seharusnya mengetahui karakteristik audiens atau penerima informasi. Dalam wawancara dengan informan kunci, Albeth Voristhal sebagai berikut:

*“Dalam upaya mengenal target terhadap informasi yang akan kami sampaikan terkait pemberitaan mengenai kinerja Pemerintah Daerah, kami biasanya memantau secara rutin profil yang mengunjungi laman kami, yang rutin menyukai postingan atau mengomentari. Jika sedang live, juga biasanya kami pantau akun-akun yang menonton. Kan kelihatan biasanya dari profilnya, viewers postingan ini dari kisaran usia berapa atau tinggal di mana. Semacam dikepoin lah kira-kira.”*

Dari jawaban tersebut, peneliti melihat bahwa ada upaya mengenal target informasi yang akan diunggah pada media sosial di Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah. Untuk mengetahui audiens dilakukan dengan upaya menganalisis secara umum secara manual *viewers* dari konten-konten yang diunggah.

Sebagai dari upaya mengenali audiens, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai tim yang mengelola informasi terkait kegiatan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah juga turut menurunkan tim ke lapangan ketika Bupati atau Pimpinan serta Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah turun ke lapangan dalam sebuah kegiatan. Hal ini bertujuan untuk memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama, sebagaimana

disampaikan oleh informan kunci yaitu informan Eka Sinta Putri yang merupakan salah satu pewarta di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik yaitu sebagai berikut:

*“Ya, tentu saja dalam setiap kegiatan Bupati atau Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah kita ikut turun dan menempel pada setiap kegiatan yang ada. Hal ini dilakukan selain menjalankan tugas kami, juga untuk memahami secara langsung bagaimana proses dari kegiatan yang dilaksanakan. Selain itu juga jika turun langsung ke lapangan, lebih mudah untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah dan juga memperkirakan informasi apa saja yang mungkin dibutuhkan masyarakat ketika berita nanti ditayangkan”*

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh informan kunci tersebut, peneliti melihat bahwa Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah, khususnya melalui bidang Komunikasi dan Informasi Publik secara langsung menurunkan personel yang meliput setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah, dengan tujuan agar dapat lebih mudah mengetahui respon masyarakat dan dapat dengan mudah paham terhadap informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam sebuah kegiatan Pemerintah Daerah.

## 2. Pengelompokan Konten berdasarkan Isi Pesan

Dalam mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah mengelompokkan terlebih dahulu kategori konten atau pesan yang akan dibuat, sebagaimana yang disampaikan oleh informan kunci sebagai berikut:

*“Data atau informasi yang kita terima dari tim yang turun ke lapangan atau yang kita terima berdasarkan perintah, itu kan selanjutnya kita pelajari dulu. informasi tersebut kita telaah dan kategorikan, apakah bersifat informasi biasa, ajakan, himbauan atau larangan, sehingga bisa disesuaikan penayangannya seperti apa nantinya. Misalnya, clickbaitnya bagaimana supaya cepat menarik perhatian. Atau jika berita itu sifatnya mengimbau atau larangan, tentu kita berupaya untuk dinaikkan secepat mungkin. Selain itu juga terkadang kami menyelipkan survey didalam sebuah*

*konten untuk melihat minat masyarakat terhadap informasi yang disampaikan”*

Berdasarkan jawaban tersebut, diketahui bahwa informasi yang dihasilkan oleh tim lapangan kemudian diolah dan dibagi kepada beberapa kategori yaitu informasi yang bersifat mengajak, mengimbau dan melarang. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penyusunan pesan nantinya. Selain itu, jika informasi ditentukan tujuannya sedari awal, maka akan lebih mudah untuk menyusun penulisan atau visualnya, serta juga dapat ditentukan sebuah informasi tersebut perlu disampaikan sesegera mungkin sesuai dengan tingkat urgensinya.

Sebagai bagian yang bertugas dalam mengelola informasi melalui media sosial, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah tentunya dalam menentukan tujuan pesan juga berdasarkan dari *trend* media lain yang turut memberitakan terkait Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Jika terdapat berita atau informasi yang bersifat negatif seperti penyalahgunaan nama pejabat daerah maka Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah perlu membuat rilis sesegera mungkin, seperti yang disampaikan informan Albeth sebagai berikut:

*“Tentu saja kami setiap hari melakukan pengecekan berita atau informasi di media lain. Apalagi belum lama ini, kami menaikkan berita yang tujuannya memberikan informasi dan himbauan dalam akun instagram kami. Beritanya terkait penyalahgunaan atau pencatutan nama Pejabat Daerah oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Tentu berita ini harus dinaikkan sesegera mungkin, karena jika terlambat dikhawatirkan akan ada kerugian yang ditimbulkan baik materil maupun non materil. Kerugian ini tidak hanya dialami oleh Pejabat yang dicatut Namanya, tetapi juga berpotensi menimbulkan kerugian yang lebih besar pada masyarakat, khususnya masyarakat Bengkulu Tengah.”*

Dari jawaban yang disampaikan tersebut, dapat diketahui bahwa, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah secara sigap menanggapi informasi yang beredar di masyarakat yang mengatasnamakan pejabat tertentu sebagai bentuk himbauan, sehingga

kerugian yang akan menimpa masyarakat dapat diminimalisir dan dapat dicegah dengan baik serta menjaga citra Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

### 3. Penyusunan Narasi pada Konten

Setelah mengetahui audiens dan mengelompokkan konten berdasarkan sifatnya, langkah selanjutnya adalah menyusun narasi pada konten dengan menentukan tema dan materi agar mampu membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah menentukan tulisan terbaik yang nantinya akan diterbitkan oleh pada media sosial *instagram*, sebagaimana yang disampaikan oleh informan kunci, Ibu Dina yang mengoreksi tulisan akhir sebelum dinaikkan ke *instagram* @pemkab\_benteng yaitu sebagai berikut.

*“Setelah kita mendapatkan informasi dari tim kita yang turun ke lapangan, dengan segera kami tim editor meninjau berita tersebut sedemikian rupa. Misalnya tingkat urgensinya, kemudian isi beritanya apa. Kalau beritanya soal himbauan atau larangan, tentu kita gunakan narasi yang berbeda. Kemudian untuk yang berkaitan dengan narasi berita kegiatan Pemerintah Daerah, tentu saja kita susun narasinya sejelas mungkin agar masyarakat menerima informasi yang jelas dan diharapkan nanti respon masyarakat itu positif terhadap kinerja pemerintah kita Kabupaten Bengkulu Tengah ini.”*

Berdasarkan jawaban informan kunci pada wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa informasi yang didapatkan oleh tim lapangan yang turut serta dalam kegiatan Bupati atau Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah langsung diolah oleh pewarta dan kemudian ditinjau oleh Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah. Dalam menyusun berita yang akan ditayangkan, biasanya pengelola konten sosial media memperhatikan terlebih dahulu urgensi dan sifat pesan yang akan disampaikan. Dalam proses olah pesan tim editor Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah melewati beberapa tahapan sehingga informasi yang kemudian akan dibagikan sebagai

konten *instagram* @pemkab\_benteng dapat terfiltrasi dengan baik, sebagaimana yang disampaikan oleh informan Albeth Voristhal sebagai berikut:

*“Sebelum kami menerbitkan informasi yang nantinya akan kita tayangkan di akun instagram, kami memastikan dan menyampaikan terlebih dahulu rancangan atau narasi berita kepada Pimpinan, biasanya ada yang diperbaiki dan pastinya akan ada penyesuaian kembali terhadap berita yang telah diperiksa”*

Dari jawaban informan tersebut, peneliti melihat bahwa berita yang telah diliput dan ditulis oleh pewarta tidak langsung ditayangkan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng, namun terlebih dahulu melewati tahapan penyesuaian narasi sehingga pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat terkait dengan kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah telah memenuhi standar dan layak untuk diterbitkan. Pewarta juga dituntut agar dapat mengemas konten yang membangun ketertarikan terhadap informasi yang akan disampaikan, sebagaimana disampaikan oleh informan Eka Shinta sebagai berikut:

*“Tentu saja karena ini postingan instagram, kita sedikit banyaknya juga bermain di tayangan konten yang menarik, misalnya postingan yang berbentuk foto atau video kita tayangkan gambar yang memperlihatkan keakraban dan kehangatan Pemerintah bersama masyarakat atau gambar yang mendukung lainnya seperti infografis yang mudah dimengerti oleh masyarakat. Sehingga mereka dapat mengetahui dengan jelas kegiatan Pemerintah Daerah dan tentu saja ini diharapkan melalui konten instagram ini, kegiatan Pemerintah Daerah dapat tersampaikan dengan lebih mudah kepada masyarakat. Selain itu juga, judul berita itu juga kita sesuaikan dengan sifat berita itu. Misalnya, dengan kalimat yang tegas atau kalimat yang hangat, tergantung dari beritanya”*

Berdasarkan uraian jawaban dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng dalam mengunggah konten di laman media sosial tidak hanya menggunakan kekuatan narasi dalam menyampaikan kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah namun juga menggunakan konten baik berupa foto, gambar yang menampilkan infografis ataupun video yang mendukung,

sehingga narasi yang diolah mendapatkan kekuatan lebih dan sesuai dengan kebutuhan serta menjawab kebutuhan audiens.

#### 4. Pemilihan Fitur Instagram untuk Konten

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media posting memiliki peran penting yang harus disesuaikan oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng yaitu sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Dina sebagai berikut:

*“Kita tahu bahwa aplikasi instagram memiliki berbagai fitur yang berkaitan dengan cara memposting sebuah konten. Sebagian besar dari kita tahu bahwa kita hanya dapat memposting sebuah konten berbentuk media yang berjenis foto dan video, tentu saja masing masing media jenis tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, tinggal nanti digunakan dalam konteks narasi yang seperti apa dan cara yang seperti apa, misalkan foto yang sudah dipilih akan kita posting di waktu tertentu agar dapat dilihat oleh masyarakat secara serentak”*

Berdasarkan jawaban informan pada wawancara diatas, dapat dilihat bahwa tim yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng melakukan penyesuaian terhadap jenis media yang akan digunakan. Aplikasi *instagram* hanya memiliki dua jenis media yang dapat digunakan untuk meluncurkan sebuah konten, yaitu media jenis foto dan video, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam meluncurkan sebuah postingan terlebih dahulu melakukan penyesuaian isi konten terhadap narasi yang akan digunakan, sehingga terdapat keselarasan antara media dan narasi. Selain itu juga Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng juga menyesuaikan metode yang akan digunakan dalam meluncurkan sebuah informasi, di mana Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah menentukan waktu yang tepat dalam menerbitkan informasi, hal ini juga dipertegas oleh Bapak Albeth sebagai berikut:

*“Tim yang bekerja mengelola akun instagram @pemkab\_benteng tidak secara langsung menerbitkan informasi yang sudah dirancang, mereka tentu menunggu waktu yang tepat untuk menerbitkan postingan, tapi semua tergantung dengan kategori*

*beritanya, apakah informasinya bersifat urgent atau tidak, maka penyesuaian waktu harus tepat. Selain itu juga kita lihat fitur pada instagram yang selama ini kita gunakan ada dua yaitu Story dan Feed, untuk postingan yang sifatnya mendesak biasanya diterbitkan juga melalui metode story. Story ini juga biasanya digunakan untuk informasi yang bersifat sementara dan tambahan saja, untuk yang utamanya kita gunakan metode penerbitan konten pada feed yang memang digunakan untuk informasi utama dan dalam jangka panjang, biasanya kami menerbitkan paling cepat 1 jam sejak informasi didapatkan”*

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti melihat tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng selain menetapkan waktu yang tepat untuk menerbitkan postingan sebagai sebuah metode, juga menerbitkan informasi dengan menggunakan fitur *story* untuk informasi yang bersifat sementara dan tambahan, serta menggunakan fitur *feed* untuk informasi yang dibagikan pada beranda akun *instagram* dalam jangka panjang. Fitur *story* dan *feed* pada aplikasi *instagram* merupakan metode penerbitan sebuah konten yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, sebagaimana yang disampaikan oleh Eka Sinta sebagai berikut:

*“Dalam mengelola konten yang akan diterbitkan, pada umumnya kami hanya menggunakan dua metode, yaitu metode penerbitan di story dan feed. Masing-masing metode memiliki perbedaan dan tentu sana ada kelebihan dan kekurangan, kalau untuk fitur story sendiri memiliki durasi tayang yang sebentar yaitu hanya dapat dilihat selama 24 jam saja, setelah itu akan otomatis terhapus, sementara pada metode penerbitan feed memiliki kelebihan tidak terbatas oleh waktu penerbitan. Untuk kelebihan story sendiri pada fitur yang ditayangkan meskipun terhapus namun masih tetap bisa diakses pada fitur arsip, sementara metode penerbitan feed biasanya postingan kita akan kalah dengan postingan orang lain yang memiliki minat yang tinggi, sehingga terkadang postingan kita tidak muncul pada beranda pengguna lain selain itu dalam satu postingan hanya dapat menampilkan sepuluh foto atau video. Makanya biasanya jika informasi nya bersifat mendesak kita tampilkan juga dalam bentuk story, karena lewat story itu lebih mudah untuk melihat viewersnya. Dan juga ada kecenderungan pengguna instagram terkadang lebih banyak yang mengakses story daripada feed.”*

Jawaban yang diuraikan dalam wawancara diatas dapat dilihat bahwa informan kunci menyampaikan metode yang digunakan oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, yang semuanya digunakan berdasarkan kebutuhan konten yang akan diterbitkan. Secara umum, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengelola konten *instagram* @pemkab\_benteng yang ditujukan untuk menyampaikan informasi terkait kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah lebih banyak menggunakan media jenis foto daripada video dan metode penerbitan konten atau informasi yang digunakan didominasi dengan menggunakan fitur *feed*, yang mana metode penerbitan konten ini dapat dilihat oleh khalayak yang dalam hal ini masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah guna memenuhi kebutuhan informasi mereka terkait kinerja positif dari pemerintah.

### **5.1.3 Gambaran Umum Unggahan pada Akun *Instagram* @pemkab\_benteng**

Dalam mengunggah berita atau konten dalam akun *Instagram* @pemkab\_benteng, tentu ada dampak yang diharapkan dari Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah. Dampak tersebut salah satunya adalah terbentuknya respon positif dari masyarakat terhadap isi konten tersebut. Dari hasil wawancara dengan informan, peneliti melihat ada beberapa tujuan dari konten-konten atau berita yang diunggah di laman *instagram*, Ibu Dina dalam wawancara dengan peneliti menyampaikan hal sebagai berikut:

*“Tentu selain menjalankan tugas dan tanggung jawab kami terkait keterbukaan informasi publik, berita atau konten yang diunggah itu diharapkan dapat menunjukkan kinerja aktif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah kepada masyarakat. Selain itu, dari apa yang kami unggah itu dapat menunjukkan sinergi Pemkab dengan intansi lain baik itu instansi vertikal, organisasi masyarakat, organisasi keagamaan dan lainnya.”*

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa konten yang diunggah bertujuan untuk menunjukkan keaktifan kinerja

Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dan menunjukkan sinergi Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dengan instansi lainnya. Dari hasil pengamatan peneliti feed akun *instagram* @pemkab\_benteng, peneliti melihat bahwa isi berita dan konten tersebut memiliki beberapa tujuan lainnya yaitu memberikan informasi, menunjukkan hubungan baik dengan Pemerintah Daerah lain dan mengedukasi masyarakat terkait Hari Besar Nasional.

### 1. Menunjukkan Keaktifan Kinerja Pemerintah Daerah

Dari hasil pengamatan peneliti dan wawancara dengan informan lainnya, peneliti melihat bahwa salah satu tujuan utama konten dan pemberitaan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng adalah untuk menunjukkan keaktifan kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah kepada masyarakat. Hal ini terlihat pada beberapa unggahan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng yaitu sebagai berikut:



Gambar 5.1 Tangkapan Layar Uggahan @pemkab\_benteng  
(Berita Pembukaan Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Kompetensi Bengkulu Tengah Tahun 2024)



**Gambar 5.2 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Penyerahan Bantuan dan Rehabilitasi Masjid Al-Ikhlas Desa Padang Betuah)**



Bengkulu Tengah, MC Benteng - Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah melaksanakan kegiatan kebersihan jalan dari Depan Mal Pelayanan Publik (MPP) Bengkulu Tengah Desa Nakau hingga Depan Pendopo Bukit Kandis di Desa Ujung Karang. Jum'at (12/1/2024)

Kegiatan Jum'at bersih ini di pimpin langsung oleh Pj. Bupati Bengkulu Tengah Dr. Heriandy Roni, M.Si., dan di ikuti oleh seluruh Asisten, Staf Ahli serta seluruh OPD dan Kecamatan di Ruang Lingkup Pemerintahan Kabupaten Bengkulu Tengah.

Selanjutnya di [https://bengkultengahkab.go.id/postingan/detail\\_postingan/LAKSANAKAN-GERAKAN-JUMAT-BERSIH-PJ-](https://bengkultengahkab.go.id/postingan/detail_postingan/LAKSANAKAN-GERAKAN-JUMAT-BERSIH-PJ-)

**Gambar 5.3 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Laksanakan Gerakan Jumat Bersih, Pj. Bupati Ajak Jaga Kebersihan)**

Berdasarkan hasil wawancara dengan informasi kunci dan pengamatan peneliti terhadap unggahan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng, peneliti melihat bahwa salah satu tujuan utama dari konten berita pada akun tersebut adalah untuk menunjukkan kinerja aktif dari Pemerintah Daerah. Kinerja aktif ini diantaranya adalah pada program pelatihan, pemberian bantuan, pembangunan prasarana, program kebersihan lingkungan dan kinerja-kinerja positif lainnya.

Pemberitaan mengenai kinerja aktif Pemerintah Daerah ini, bermanfaat untuk memberi tahu masyarakat, mengingat tidak semua masyarakat dapat mengetahui informasi tersebut karena ruang lingkup wilayah program yang terbatas. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh informan pendukung, yaitu Ibu Helnitati sebagai berikut:

*“Tentu untuk kegiatan Pemerintah Daerah itu tidak semua kita tahu. Karena Benteng ini kan cukup luas ya, apa lagi seperti saya yang tinggal di daerah Talang Empat khususnya Nakau, misalnya ada kegiatan di Pagar Jati atau Merigi Kelindang, itu kan cukup jauh. Jadi kalau bukan di media sosial ya saya mungkin gak akan tahu itu acaranya.”*

Dari hasil wawancara dengan informan pendukung tersebut, peneliti melihat bahwa unggahan dari akun *instagram* @pemkab\_benteng telah menunjukkan kinerja aktif Pemerintah Daerah. Berita atau informasi yang diunggah dapat memudahkan masyarakat atau pengguna *instagram* lain yang mengakses akun *instagram* @pemkab\_benteng untuk mengetahui aktivitas atau kegiatan di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Hal ini tentu dapat memberikan citra positif pada kinerja Pemerintah Kabupaten, karena salah satu tolak ukur keberhasilan roda pemerintahan adalah serapan anggaran yang optimal yang dibuktikan melalui berbagai kegiatan dalam pemerintahan.

## 2. Menunjukkan Sinergi dengan Instansi Lain

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, salah satu tujuan dari unggahan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng adalah untuk menunjukkan sinergi Pemerintah Daerah dengan instansi lainnya. Hal ini senada dengan hasil pengamatan peneliti pada unggahan di akun *instagram* @pemkab\_benteng terkait beberapa unggahan, yaitu sebagai berikut:



Liked by junita\_eryanti and 6 others  
 pemkab\_benteng UNTUK MENJALIN SILAHTURAHMI, KAKANWIL KEMENKUMHAM PROVINSI BENGKULU KUNJUNGAN KE PEMDA BENGKULU TENGAH

Bengkulu Tengah, MC Benteng – Penjabat Bupati Bengkulu Tengah Dr. Heriyandi Roni, M.Si menerima kunjungan dari Kepala Kantor (Kakan) Wilayah Bengkulu Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) beserta rombongan di Rumah Dinas (Rumdin) Bupati Bengkulu Tengah. Rabu (17/01/2024).

Selanjutnya di [https://bengkulutengahkab.go.id/postingan/detail\\_postingan/UNTUK-MENJALIN-SILAHTURAHMI-KAKANWIL-KEMENKUMHAM-PROVINSI-BENGKULU-KUNJUNGAN-KE-PEMDA-BENGKULU-TENGAH](https://bengkulutengahkab.go.id/postingan/detail_postingan/UNTUK-MENJALIN-SILAHTURAHMI-KAKANWIL-KEMENKUMHAM-PROVINSI-BENGKULU-KUNJUNGAN-KE-PEMDA-BENGKULU-TENGAH)

Gambar 5.4 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Kunjungan Kerja Kakanwil Kemenkumham Provinsi Bengkulu ke Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah)



Gambar 5.5 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Rakor Lintas Sektoral Wujudkan Pemilu Damai di Kabupaten Bengkulu Tengah)



Turut hadir Perwakilan dari BPPW Bengkulu, Asisten Bidang Perekonomian dan Pembangunan, Direktur Perumda Tirta Rafflesia,

Gambar 5.6 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Peninjauan Instalasi Pengelolaan SPAM Benteng Kobema bersama PDAM, Kementerian PUPR)

Berdasarkan wawancara bersama informan kunci dan pengamatan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng, dapat diketahui bahwa salah satu tujuan dari konten yang dikelola oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah adalah menunjukkan sinergi antara Pemerintah Daerah dengan instansi lainnya. Dalam unggahan di atas, terlihat bahwa Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah bersinergi dengan berbagai aspek pemerintahan, baik aparat sipil maupun aparat penegak hukum.

Dari unggahan di akun *instagram*, dapat diketahui sinergi tersebut dibangun pada berbagai instansi, seperti Kementerian, BAWASLU, KPU, FORKOPIMDA, organisasi masyarakat, organisasi perempuan, organisasi keagamaan dan unsur masyarakat lainnya. Sinergi yang dibangun dengan baik antara Pemerintah Daerah dengan instansi lain dapat membangun citra positif di mata masyarakat khususnya yang bersinggungan langsung dengan kegiatan pemerintahan.

### 3. Memberikan Informasi

Dalam mengelola unggahan atau konten yang akan diunggah pada akun *instagram*, tim pengelola akun @pemkab\_benteng berharap unggahan tidak hanya untuk membentuk tanggapan positif dari masyarakat, tetapi juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya pengguna aktif *instagram*. Hal ini seperti yang diungkapkan informan kunci, Bapak Albeth yang menyampaikan sebagai berikut:

*“Selain untuk memberitakan kegiatan yang dihadiri oleh Pimpinan atau yang diselenggarakan oleh OPD, tentu harapan kami apa yang kami upload atau kami unggah ini dapat berdampak langsung pada masyarakat seperti memberi informasi langsung pada mereka. Misalnya kan ada beberapa informasi yang mungkin saja bermanfaat tapi kalau tidak diunggah di medsos, masyarakat bisa terlambat mengetahuinya. Seperti kemaren contohnya, BAZNAS sudah buka gerai di MPP. Kan yang seperti itu harus diinformasikan seluas mungkin pada masyarakat khususnya Benteng, karena mungkin saja ada yang butuh berurusan ke sana.”*

Dari wawancara dengan informan kunci tersebut, peneliti melihat bahwa salah satu harapan pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng adalah untuk memberikan informasi yang langsung dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan informan pendukung, Retno Budiarto sebagai berikut:

*“Tentu, Salah satu manfaat yang saya rasakan dari adanya unggahan di instagram @pemkab\_benteng itu ya bisa memberikan saya informasi. Seperti misalnya ada Festival Durian di Bengkulu Tengah kemaren, lalu ada juga informasi soal RS Benteng yang sudah naik peringkatnya. Menurut saya, kalau dari obrolan sehari-hari saja mungkin sulit bagi kami menerima informasi semacam itu.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pendukung, dapat diketahui bahwa salah satu tujuan dari unggahan di akun *instagram* @pemkab\_benteng adalah untuk memberi informasi kepada masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan pula oleh unggahan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng terkait informasi kepada masyarakat, yaitu sebagai berikut:



Gambar 5.7 Tangkapan Layar Uggahan @pemkab\_benteng (Pamflet Informasi Event Festival Durian di Bengkulu Tengah)



Liked by kurniawanmardhan and 19 others  
pemkab\_benteng Launching Gerai Baznas di Mal Pelayanan Publik Bengkulu Tengah

Bengkulu Tengah, MC Benteng - Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Bengkulu Tengah resmi me-launching gerai Baznas di Gedung Mal Pelayanan Publik. Kamis, 12 Januari 2024.

Hadir secara langsung PJ. Bupati Bengkulu Tengah Dr. Heriyantri Roni, M.Si., Kapolres Bengkulu Tengah AKBP. Dedi Wahyudi, S.Sos., S.IK., M.H., M.Ik., Kajari Bengkulu Tengah Dr. Firman Halawa , S.H., M.H., Sekretaris Daerah Bengkulu Tengah Drs. Rachmat Riyanto, ST. M.A.P., Ketua Baznas Bengkulu Tengah H. Ihsan Nahromi LC., MA beserta Pengurus, para Asisten, Staf Ahli, beberapa Kepala OPD serta beberapa Instansi Vertikal lainnya.

Selanjutnya di [https://bengkultengahkab.go.id/postingan/detail\\_postingan/Launching-Gerai-Baznas-di-Mal-Pelayanan-Publik-Bengkulu-Tengah](https://bengkultengahkab.go.id/postingan/detail_postingan/Launching-Gerai-Baznas-di-Mal-Pelayanan-Publik-Bengkulu-Tengah)

Gambar 5.8 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Berita Launching Gerai BAZNAS di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Bengkulu Tengah)



Gambar 5.9 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Sertifikat Kenaikan Akreditasi Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, informan pendukung dan pengamatan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng, dapat dilihat bahwa salah satu fungsi dari unggahan atau konten di akun *instagram* @pemkab\_benteng adalah untuk memberikan informasi pada masyarakat. Kemudahan akses dan pemenuhan informasi dari Pemerintah Daerah tentu dapat memberikan citra positif dari masyarakat karena keterbukaan informasi publik merupakan salah satu tolak ukur kemajuan dari sebuah pemerintahan.

#### 4. Menunjukkan Hubungan Baik dengan Pemerintah Daerah Lainnya

Salah satu tujuan dari pengelolaan akun media sosial sebuah pemerintahan khususnya Pemerintah Daerah adalah untuk menunjukkan hubungan baik dengan Pemerintah Daerah lainnya. Hal ini penting mengingat jalannya pemerintahan dalam skala besar juga membutuhkan dukungan dan sinergi antar Pemerintah Daerah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan kunci, Eka Sinta dalam wawancara sebagai berikut:

*“Oh iya tentu salah satu yang lumrah dilakukan oleh pengelola akun medsos pemerintah itu ya menunjukkan dukungan terhadap Pemerintah Daerah lain. Dukungan itu biasanya ya dalam bentuk ucapan selamat, misalnya selamat pada peringatan HUT atau launching apa misalnya di suatu Daerah. Tentu di bidang kehumasan itu biasa terjadi, begitu juga di Kabupaten Bengkulu Tengah.”*

Berdasarkan wawancara dengan informan tersebut, diketahui bahwa Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah melalui Dinas Kominfotik, juga berusaha membentuk citra positif dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, salah satunya dengan membangun hubungan baik dengan Pemerintah Daerah lainnya. Salah satu bentuk sinergi ini adalah dengan memberikan dukungan yang biasanya berupa ucapan selamat kepada pemerintah Daerah lain. Hal ini senada dengan pengamatan peneliti pada unggahan @pemkab\_benteng, diantaranya sebagai berikut:



Gambar 5.10 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Ucapan Dirgahayu Kabupaten Kepahiang dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah)



Gambar 5.11 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Ucapan Selamat atas Pelantikan Pj. Walikota Bengkulu dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah)

Dari hasil wawancara dengan informan kunci dan pengamatan peneliti pada unggahan di akun *instagram* @pemkab\_benteng, maka dapat diketahui bahwa upaya Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dalam membangun citra positif pemerintahan adalah dengan bersinergi dengan baik dengan Pemerintah Kota/Kabupaten lainnya. Sinergi ini ditunjukkan dengan menghadiri kegiatan Pemerintah Daerah lainnya dan memberikan ucapan khusus pada kegiatan atau peringatan hari khusus di Pemerintah Daerah lain.

##### 5. Mengedukasi Masyarakat pada Hari Besar Nasional

Hari Besar Nasional merupakan hari yang diperingati pada tanggal tertentu pada setiap tahunnya dengan tujuan memberikan apresiasi dan dukungan pada aspek tertentu. Seiring bertambahnya waktu, dewasa ini peringatan Hari Besar semakin beragam. Dari pengamatan peneliti di unggahan akun *instagram* @pemkab\_benteng, peneliti melihat Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah secara aktif membagikan atau mengedukasi masyarakat terkait keragaman Hari Besar Nasional. Hal ini terlihat pada unggahan diantaranya sebagai berikut:



Gambar 5.12 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Ucapan Selamat Hari Olahraga Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah)



Gambar 5.13 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Ucapan Selamat Hari Batik Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah)



Gambar 5.14 Tangkapan Layar Unggahan @pemkab\_benteng (Ucapan Selamat Hari Santri Nasional dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah)

Peringatan Hari Besar Nasional pada unggahan di sebuah akun media sosial merupakan salah satu bentuk edukasi kepada penerima pesan. Salah satu bentuk edukasi yaitu menyampaikan pengetahuan kepada penerima pesan sehingga yang awalnya tidak tahu, menjadi tahu. Dalam wawancara dengan informan pendukung, Cinthya Wulandari menyampaikan sebagai berikut:

*“Benar, misalnya ucapan selamat Hari Batik Nasional, lalu Hari Olahraga Nasional itu kan sebenarnya juga bentuk pengetahuan bagi kami. Jujur saja, kami ini tidak terlalu banyak tahu perihal Hari Besar Nasional. Contohnya saja, ternyata ada Hari Armada Nasional. Melalui postingan itu kami jadi tahu kalau ada hari-hari yang seperti itu. Karna sekarang kan peringatan Hari Besar itu sudah sangat banyak. Jadi kami merasa terbantu dengan infomasi-informasi itu sih.”*

Dari hasil wawancara dengan informan pendukung dan pengamatan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng, peneliti melihat tim pengelola media sosial @pemkab\_benteng telah aktif membagikan informasi terkait Hari Besar Nasional dan peneliti menganggap itu merupakan bentuk edukasi kepada masyarakat.

#### **5.1.4 *Followers* Akun *Instagram* @pemkab\_benteng**

*Followers/pengikut* pada sebuah akun media sosial turut berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan tujuan yang ingin dicapai sebuah akun media sosial baik media sosial milik pribadi, Lembaga maupun pemerintahan. Jumlah *followers* memiliki pengaruh dalam menaikkan *engagement* atau jangkauan sebuah akun.

Saat ini hingga bulan April Tahun 2024, akun *instagram* @pemkab\_benteng yang dibuat pada Tahun 2018 memiliki 1.801 pengikut yang pada umumnya berasal dari akun pribadi dan beberapa akun milik Lembaga pemerintahan. Jika dibandingkan dengan akun *instagram* milik Pemerintah Daerah lain, contohnya milik Pemerintah Kota Bengkulu, tentu jumlah pengikut milik akun *instagram* @pemkab\_benteng cukup jauh tertinggal. Diketahui, pada bulan April

2024, akun *instagram* @mediacenter\_kotabengkulu telah memiliki 14.500 pengikut.

No.	Akun <i>Instagram</i>	Jumlah Pengikut (April 2024)
1.	@pemkab_benteng (Kabupaten Bengkulu Tengah)	1.801
2.	@mediacenterbu (Kabupaten Bengkulu Utara)	2.119
3.	@mediacenter_kotabengkulu (Kota Bengkulu)	14.500
4.	@mediacenter_kabseluma (Kabupaten Seluma)	1.590
5.	@mediacenter_kaur (Kabupaten Kaur)	448
6.	@mediacenter.bs (Kabupaten Bengkulu Selatan)	3.652
7.	@mediacenter_mukomuko (Kabupaten Mukomuko)	1.492
8.	@mediacenter.rejanglebong (Kabupaten Rejang Lebong)	638

Tabel 5.1 Jumlah *Followers* pada Akun *Instagram* Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Bengkulu

Jika dibandingkan dengan Pemerintah Kota dan Kabupaten lainnya di Provinsi Bengkulu, peneliti melihat jumlah pengikut akun *instagram* @pemkab\_benteng masih dapat ditingkatkan lagi. Jumlah pengikut yang masih tergolong rendah diantaranya disebabkan oleh promosi akun yang masih kurang dan banyaknya media sosial yang menjadi alternatif pilihan lainnya. Hal ini terlihat pada wawancara peneliti dengan beberapa masyarakat, diantaranya Ibu B yang menyatakan bahwa:

*“Kalo saya instagram itu jarang saya buka sih, karena saya pribadi lebih sering buka facebook sih. Apa lagi sekarang juga sudah ada Tiktok juga, jadi ya kalo bukan facebook yaa lebih sering ke Tiktok sih. Instagram lebih sering anak saya sih yang main.”*

Sementara itu, informan S yang berasal dari kalangan usia muda menyebutkan dalam wawancara dengan peneliti, bahwa:

*“Saya lihat postingan @pemkab\_benteng masih kurang menarik sih. Selama ini saya follownya akun @info.benteng karena infonya beragam dan juga bahas yang lagi viral-viral. Teman-teman saya juga sepertinya masih banyak yang belum tahu kalau Pemkab Benteng itu punya akun instagram.”*

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti melihat masih terdapat peluang untuk meningkatkan jumlah pengikut instagram @pemkab\_benteng dengan meningkatkan atau menyebarluaskan promosi akun serta membuat konten-konten yang menarik perhatian dari pengguna media sosial di kalangan usia muda.

## 5.2 Pembahasan

Dalam penelitian kualitatif analisis data merupakan tahap untuk menelaah data yang diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan proses pengumpulan data dilapangan. Tahap analisis data merupakan tahap untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sebelumnya, pada tahap ini peneliti menjabarkan data dari para informan atau narasumber dan menggabungkan dengan konsep-konsep dan kajian pustaka.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada bagaimana strategi dalam menggunakan *instagram* @pemkab\_benteng yang dilaksanakan oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai sarana informasi kegiatan serta membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah yang disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran menurut Arifin (1994), agar pesan dapat tersampaikan secara efektif terutama terkait pandangan atau citra positif masyarakat terhadap kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

### 5.2.1 Strategi Penggunaan *Instagram* pada Konten di Akun *Instagram*

#### **@pemkab\_benteng**

Proses manajemen strategi dalam mengelola *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai media informasi kegiatan serta membangun citra positif

Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah mengacu kepada pendekatan manajerial sebagaimana dijabarkan. Arifin (1994), yaitu mengenal khalayak, menentukan tujuan, menyusun pesan dan menetapkan metode serta memilih media yang digunakan.

### 1. Mengenal Khalayak

Dalam proses mengenal khalayak, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah menargetkan seluruh lapisan masyarakat terkhusus pada masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah. Dimulai dengan mengenal khalayak yang dalam hal ini khususnya masyarakat Bengkulu Tengah untuk menjadi target informasi guna mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah terlebih dahulu menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak yang dalam hal ini pesan terkait kinerja pemerintah dengan menganalisis media dan melihat persepsi yang ada di masyarakat terhadap Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dengan melihat indeks pemberitaan di media baik cetak, elektronik dan media sosial. Sehingga Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah dapat memahami posisi Bengkulu Tengah dalam *trend* pemberitaan yang beredar baik dari sisi positif maupun negatif.

Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah juga dalam menentukan strategi awal yang akan digunakan membangun citra Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah dengan cara mengenal khalayak melalui riset yang diukur berdasarkan indeks pemberitaan oleh media yang memberitakan tentang Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah serta turut menurunkan tim ke lapangan ketika Bupati atau Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah turun ke lapangan, hal ini bertujuan untuk memahami pola *pikir (frame of reference)* dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama.

## 2. Menentukan Tujuan Pesan

Setelah melaksanakan proses mengenal khalayak, selanjutnya Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengelola strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai media informasi kegiatan serta membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu dengan menentukan tujuan pesan. Dalam proses ini Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah mengolah informasi yang dihasilkan oleh tim lapangan kemudian membaginya dalam beberapa kategori yaitu informasi yang bersifat mengajak, mengimbau dan melarang. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat menerima pesan sesuai kebutuhannya.

Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam menentukan tujuan pesan juga menelaah *trend* media lain yang turut memberitakan kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah, jika terdapat berita atau informasi yang bersifat negatif seperti penyalahgunaan nama pejabat daerah maka Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah segera bertindak dan mengkonfirmasi informasi tersebut agar kerugian dapat diminimalisir dan dapat dicegah baik dari sisi pemerintah maupun masyarakat. Dalam rangka menentukan tujuan pesan yang diolah oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah untuk kemudian disampaikan kepada khalayak adalah tidak terlepas dari upaya menjaga citra terhadap kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

## 3. Menyusun Pesan

Selanjutnya tahapan yang dilaksanakan oleh Dinas KOMINFOTIK Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengolah strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng sebagai media informasi kegiatan serta membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu menyusun pesan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

Dalam proses menyusun pesan yang dilaksanakan oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengolah akun *instagram* @pemkab\_benteng yaitu menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah menentukan tulisan terbaik yang nantinya akan diterbitkan pada media sosial *instagram*. Pewarta Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah yang mengelola konten *instagram* @pemkab\_benteng bertugas menyusun narasi yang akan dijadikan informasi untuk masyarakat terkait kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Dalam proses olah pesan oleh pewarta dan tim editor Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah melewati beberapa tahapan sehingga informasi yang kemudian akan dibagikan sebagai konten *instagram* @pemkab\_benteng dapat terfiltrasi dengan baik serta memenuhi standar dan layak untuk diterbitkan sebagai upaya menyampaikan informasi kepada masyarakat guna membangun citra positif kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng selain menggunakan kekuatan narasi dalam menyampaikan kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah juga menggunakan konten berupa foto, gambar

yang menampilkan infografis ataupun video yang relevan dengan narasi yang dibuat, sehingga narasi yang diolah mendapatkan kekuatan lebih dan sesuai dengan kebutuhan serta menjawab kebutuhan khalayak.

#### 4. Menetapkan Metode dan Media yang Digunakan

Menetapkan metode dan memilih media menjadi langkah terakhir dalam menciptakan efektivitas komunikasi yang akan disampaikan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah melalui strategi penggunaan media sosial akun *instagram* @pemkab\_benteng. Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode dan media akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media posting memiliki peran penting yang harus disesuaikan oleh tim pengelola akun *Instagram* @pemkab\_benteng.

Dalam mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah melakukan penyesuaian terhadap jenis media yang akan digunakan, dimana aplikasi *Instagram* hanya memiliki dua jenis media yang dapat digunakan untuk meluncurkan sebuah konten, yaitu media jenis foto dan video, Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam meluncurkan sebuah postingan terlebih dahulu melakukan penyesuaian isi konten terhadap narasi yang akan digunakan, sehingga terdapat keselarasan antara media dan narasi. Selain itu juga Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah dalam mengelola akun *Instagram* @pemkab\_benteng juga menyesuaikan metode yang akan digunakan dalam meluncurkan sebuah informasi, dimana Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah menentukan waktu yang tepat dalam menerbitkan informasi guna memenuhi kebutuhan informasi mereka terkait kinerja positif dari pemerintah.

### 5.2.2 Penggunaan *Instagram* @pemkab\_benteng dalam Perspektif *The Circular Mode of SOME*

Menurut Luttrell (2015), dalam penggunaan media sosial dan kaitannya dengan kehumasan sebuah instansi, terdapat empat aspek penting yang memungkinkan untuk membangun komunikasi yang kuat dengan publik melalui media sosial. Seperti sebuah perusahaan atau instansi berbagi (*sharing*) sesuatu kepada *public* kemudian berusaha untuk mengoptimalkan (*optimize*) pesan yang mereka buat dan berusaha untuk mengelola (*manage*) komunikasi yang terjadi pada media sosial dan berusaha untuk melibatkan (*engage*) publik dan stakeholder yang lain dalam media sosial tersebut.

#### 1. Tahap *Share*

Pada tahap share, Luttrell (2015) menekankan ada tiga hal penting dan harus diperhatikan, mulai dari *participate*, *connect* dan *build trust*. Hasil penelitian menunjukan bahwa Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah melalui Dinas Kominfotik berusaha untuk berpartisipasi dalam memberikan informasi dan menjalin hubungan komunikasi dua arah dengan masyarakat menggunakan media sosial salah satunya *instagram* dengan nama akun @pemkab\_benteng. *Instagram* dianggap mampu menyampaikan informasi dengan cara efektif selain menggunakan *website*. Pemilihan media sosial *instagram* ini juga merupakan hasil implementasi dari program Media Centre dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Selain itu, penggunaan media sosial *instagram* ini juga mengacu pada Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik dan Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.

#### 2. Tahap *Optimize*

Pada tahap *optimize*, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu *listen & learn*, dan *take part in authentic communications*. Pada tahap

ini peneliti melihat bahwa Dinas Kominfotik Bengkulu Tengah melakukan pengecekan secara manual terkait aktivitas sosial yang terjadi di media sosial *instagram* @pemkab\_benteng seperti *comments*, *views*, *like* dan *direct messages* yang masuk. pada proses pemilihan konten, pada tahap ini peneliti melihat tahap *optimize* belum diterapkan secara optimal. Mengacu pada konsep Luttrell, pengelola media sosial seharusnya mendengarkan dan mempelajari isu-isu penting yang dibicarakan publik. Tahap ini dapat dimaksimalkan dengan mengumpulkan isu-isu publik dan mengolahnya yang merupakan salah satu tugas Pranata Humas instansi pemerintah. Peneliti melihat ada peluang untuk mengoptimalkan konten dengan memanfaatkan isu tersebut. Berdasarkan pengamatan peneliti, peneliti melihat konten yang disajikan pada akun *instagram* masih didominasi oleh publikasi kegiatan saja dan bergantung pada jadwal kegiatan Pimpinan. Pengelolaan media sosial pada @pemkab\_benteng masih dapat dioptimalkan dengan turut berkontribusi pada isu publik, sehingga konten tersebut akan lebih terasa secara langsung pada masyarakat dan *up to date*.

### 3. Tahap *Manage*

Pada tahap mengelola (*manage*) media sosial, Luttrell (2015) memaparkan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu *media monitoring*, *real time interaction* dan *quick response*. Pada tahap ini berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, peneliti melihat *media monitoring* yang terhadap akun *instagram* @pemkab\_benteng belum dilakukan secara optimal. *Media monitoring* dapat dilakukan dengan mengadakan evaluasi mingguan/bulanan terkait aktivitas pada akun *instagram* @pemkab\_benteng serta menggunakan situs analisis untuk melihat respon pengguna terhadap aktitas di akun tersebut.

Pada aspek *real time interaction* dalam penggunaan *instagram* juga

masih belum optimal. Dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti, akun instagram sangat jarang mengadakan *live videos* atau *live story*. Padahal fitur ini dapat menjadi peluang bagi Dinas Kominfotik untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut.

Pada aspek *quick response*, peneliti melihat *feedback* yang diberikan oleh pengikut masih sebatas memberikan *likes* pada konten yang diunggah.

#### 4. Tahap *Engage*

Pada tahap *engage*, dalam menyampaikan pesan atau informasi ke dalam media sosial sebaiknya mengikutsertakan publik tertentu. Hal ini termasuk salah satu cara agar dapat meningkatkan *engagement* di media sosial. Pada tahap *engage* ini, perusahaan/organisasi harus benar-benar memahami target sasaran komunikasinya, kemudian siapa yang dapat menjadi *influencer* publiknya serta cara agar *influencer* dan publik dapat ikut berpartisipasi pada media sosialnya. (Luttrell, 2015)

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara peneliti, peneliti melihat tahap ini belum dilakukan oleh Dinas Kominfotik. Dinas Kominfotik belum melibatkan publik tertentu untuk meningkatkan *engagement*. Cara lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan engagement salah satunya adalah dengan mengadakan kuis atau give away. Namun cara ini juga belum diterapkan oleh Dinas Kominfotik Bengkulu Tengah. Hal ini terlihat pada engagement akun instagram @pemkab\_benteng yang masih cukup rendah yaitu 0.64 %.



Gambar 5.15 Persentase *Engagement Rate* @pemkab\_benteng

### 5.2.3 Representasi Kabupaten Bengkulu Tengah pada Akun *Instagram*

#### @pemkab\_benteng

Berdasarkan PERMENPAN-RB No. 83 Tahun 2012, dijelaskan bahwa kegiatan media sosial merupakan bagian terpadu dari kegiatan komunikasi instansi pemerintah secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus diselaraskan dengan kebijakan umum pemerintah. Kebijakan instansi pemerintah yang memiliki akun media sosial tersebut harus tercermin dalam isi media sosial. Untuk mengelola hubungan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial digunakan akun resmi masing-masing instansi pemerintah dengan penanggung jawab (administrator) pimpinan dari instansi yang bersangkutan untuk dan atas nama pemimpin instansi. Penanggung jawab berhak sepenuhnya untuk mengunggah informasi yang berkaitan dengan instansi serta menanggapi atau menjawab komentar, pendapat, masukan, dan saran khalayak. Dalam pelaksanaan sehari-hari dapat ditunjuk petugas yang khusus mengelola media sosial instansi yang bersangkutan. (PERMENPAN-RB No. 83 Tahun 2012)

Sementara itu dijelaskan dalam buku yang diterbitkan oleh Dirjen IKP Kemenkominfo RI, terdapat beberapa komponen yang perlu dimunculkan dalam penentuan pesan utama yang ingin disampaikan oleh lembaga pemerintahan dalam program media sosialnya, yaitu:

1. Karakter : memanifestasikan citra lembaga pemerintahan ke dalam suatu karakter.
2. Tujuan Utama: tujuan utama yang ingin dicapai oleh lembaga pemerintahan
3. Motif Utama : dorongan utama lembaga pemerintahan dalam mencapai tujuan.
4. Cerita Utama: memberikan gambaran perjuangan yang sedang ditempuh termasuk di dalamnya tantangan apa saja yang dihadapi oleh lembaga dalam meraih tujuannya.
5. Rincian: menyertakan detail-detail tertentu agar pesan utama dapat tersampaikan secara utuh dan semakin mudah dipahami.

Dari penjelasan di atas, maka penggunaan media sosial khususnya *instagram* pada akun @pemkab\_benteng seharusnya mewakili citra, visi misi serta kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah yang ditujukan untuk diketahui oleh publik. Representasi tersebut dapat diwujudkan dengan membuat konten-konten yang dapat berupa berita, artikel atau iklan layanan masyarakat yang menunjukkan visi misi Kabupaten Bengkulu Tengah secara berkesinambungan/konsisten.

Visi misi Kabupaten Bengkulu Tengah adalah Terwujudnya Infrastruktur Maju dan Pelayanan Prima Menuju Bengkulu Tengah Maju dan Sejahtera. Sedangkan beberapa poin utama program yang saat ini sedang diperjuangkan oleh Pemerintah Daerah berdasarkan data dari BAPPEDA Kabupaten Bengkulu Tengah adalah optimalisasi kawasan wisata di Bengkulu Tengah dan peningkatan kualitas pelayanan publik.

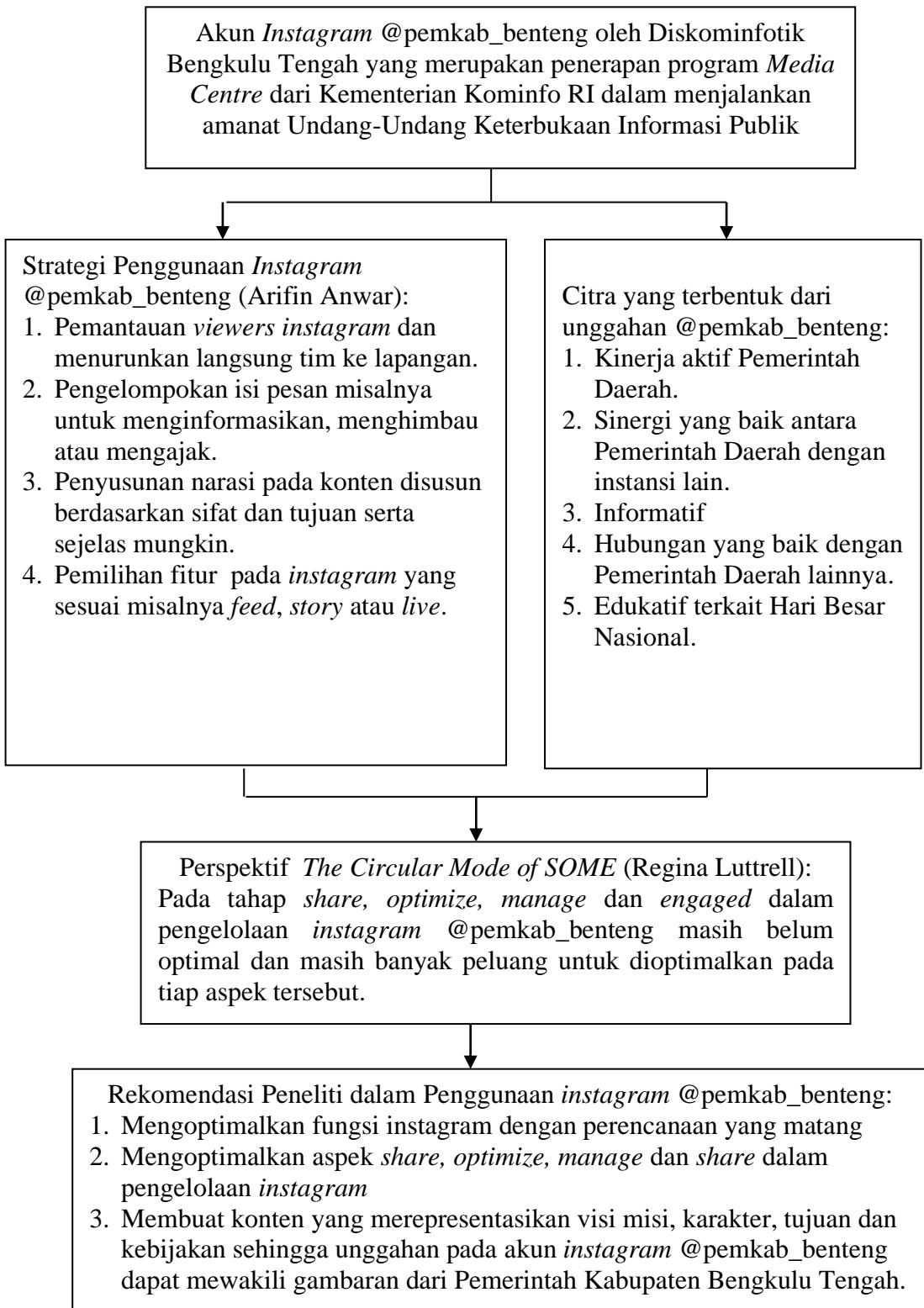
Sementara itu dari hasil pengamatan peneliti pada unggahan di akun *instagram* @pemkab\_benteng, peneliti melihat secara umum

unggahan tersebut belum mewakili citra Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Unggahan masih didominasi dengan berita yang berisi kegiatan Pimpinan di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. Saat ini, penggunaan akun *instagram* @pemkab\_benteng masih sebatas sebagai media informasi kegiatan saja. Peneliti melihat, masih banyak peluang untuk memanfaatkan akun *instagram* @pemkab\_benteng untuk mewakili visi misi Kabupaten Bengkulu Tengah, misalnya dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Optimalisasi pemberitaan pembangunan infrastruktur di Kabupaten Bengkulu Tengah
2. Pembuatan iklan layanan masyarakat tentang kemudahan pelayanan publik, salah satunya optimalisasi pemberitaan mengenai aktivitas di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Bengkulu Tengah. Dalam hal penguatan pelayanan publik, peneliti merekomendasikan agar Bengkulu Tengah memiliki kontak untuk pengaduan masyarakat, seperti yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bengkulu.
3. Membuat/me-repost unggahan mengenai potensi wisata yang ada di Kabupaten Bengkulu Tengah secara konsisten. Saat ini wisata di Kabupaten Bengkulu Tengah cukup populer di masyarakat, namun sayangnya unggahan mengenai potensi wisata tersebut belum ditemukan pada *feed* akun *instagram* @pemkab\_benteng.

Dalam mengelola pemberitaan dan konten di akun *instagram* @pemkab\_benteng, terdapat beberapa tujuan pesan yang tercapai dari unggahan di akun tersebut. Tujuan tersebut yaitu menunjukkan kinerja aktif Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah, menunjukkan sinergi yang baik antara Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah dengan instansi lain, memberikan informasi, menunjukkan hubungan baik antara Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah dengan Pemerintah Daerah lainnya serta memberikan edukasi terkait Hari Besar Nasional.

Tercapainya tujuan ini secara tidak langsung telah membangun citra Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah di masyarakat. Citra positif yang terbentuk melalui unggahan *instagram* yaitu Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah aktif dalam melaksanakan kegiatan yang membangun, memiliki sinergi yang baik dengan pemangku kebijakan lainnya, memiliki hubungan yang baik dengan Pemerintah Daerah lainnya, informatif serta edukatif kepada masyarakat. Namun, citra yang ditunjukkan oleh akun *instagram* @pemkab\_benteng ini masih sangat umum dan belum mewakili karakter, visi misi dan tujuan utama dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.



Gambar 5.16 Bagan Hasil Penelitian

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kabupaten Bengkulu Tengah, peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi penggunaan *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas KOMINFOTIK Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai media informasi kegiatan serta membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah melalui 4 langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu (1) Mengenal Khalayak, dengan menargetkan seluruh lapisan masyarakat terkhusus pada masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah, (2) Menentukan tujuan pesan dengan membaginya dalam beberapa kategori informasi yang bersifat mengajak, mengimbau dan melarang, (3) Menyusun Pesan dengan menentukan tulisan atau narasi terbaik dan terstandar yang nantinya akan diterbitkan pada media sosial Instagram, (4) Menetapkan metode dan media, dengan melakukan penyesuaian jenis media yang akan digunakan sesuai narasi yaitu media jenis foto dan video, serta menentukan waktu atau jam tertentu untuk menerbitkan informasi guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait kinerja pemerintah.
2. Citra positif yang dibangun oleh Dinas KOMINFOTIK Kabupaten Bengkulu Tengah dalam strategi penggunaan media sosial *instagram* @pemkab\_benteng sebagai media informasi kegiatan Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah berorientasi kepada membangun kepercayaan dan keterlibatan penuh masyarakat (*corporate image*) serta menciptakan citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada (*wish image*) dengan menampilkan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah aktif dalam melaksanakan kegiatan yang membangun, Memiliki sinergi yang baik dengan pemangku

kebijakan lainnya, Memiliki hubungan yang baik dengan Pemerintah Daerah lainnya melalui pesan yang bersifat Informatif dan Edukatif

3. Penggunaan instagram oleh Dinas Kominfotik masih sebatas sebagai media informasi kegiatan saja. Sehingga konten terkesan monoton dan masih banyak peluang untuk dikembangkan dengan membuat konten-konten yang beragam.
4. Dalam meningkatkan efektifitas pengelolaan instagram @pemkab\_benteng, Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah dapat menerapkan aspek dari *The Circular Mode of SOME*, yaitu mengoptimalkan komunikasi dengan *followers*, melalukan pemantauan terhadap aktivitas akun secara periodik dan melibatkan publik tertentu misal tokoh masyarakat atau *influencer* untuk meningkatkan *engagements* akun.
5. Dalam mewujudkan fungsi kehumasan pada media sosial pemerintah, Dinas Kominfotik Bengkulu Tengah dapat membuat konten yang merepresentasikan visi misi, karakter, tujuan dan kebijakan sehingga unggahan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng dapat mewakili gambaran dari Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah.

## 6.2 Saran

### 1. Saran Teoritis

- a. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini sumber-sumber dan referensi yang terkait secara langsung dengan penelitian yang digunakan masih kurang. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat terutama tentang *New Media*.
- b. Bagi Peneliti selanjutnya hendaknya memperhatikan *insight* dari media sosial yang digunakan agar dapat menilai efektivitas sebuah konten pada media sosial tersebut.
- c. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya waktu yang digunakan untuk meneliti dan mengumpulkan data lebih diperpanjang agar dapat

melakukan wawancara secara mendalam terutama terkait penggunaan media sosial dalam membentuk citra Pemerintah Daerah di masyarakat.

## 2. Saran Praktis

- a. Bagi Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah, diperlukan penambahan personel dalam mengelola akun media sosial *instagram* @pemkab\_benteng agar proses pengolahan konten informasi dapat terbagi dengan baik.
- b. Penulis menyarankan agar postingan yang terbitkan pada akun media sosial *instagram* @pemkab\_benteng oleh Dinas KOMINFOTIK Kabupaten Bengkulu Tengah lebih bervariasi, sehingga konten tidak terkesan kaku dan lebih menarik perhatian khalayak.
- c. Perlu adanya peningkatan kualitas postingan seperti desain dan *editing* yang lebih menarik, sehingga informasi yang ditayangkan lebih menarik minat *viewers*.
- d. Pada unggahan perihal Hari Besar Nasional, peneliti menyarankan agar Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah menambahkan deksripsi yang menambah pengetahuan, misalnya sejarah penetapan Hari Besar Nasional tersebut, sehingga fungsi edukatif dari unggahan tersebut akan lebih optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alwasilah, A. dan Chaedar. 2002. Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Pustaka Jaya: Jakarta
- Anwar, Arifin. 1994. Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas. CV. Amrico: Bandung
- Ardianto, Elvinaro. 2011. Komunikasi 2.0: Teoritis dan Implikasi. ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas: Yogyakarta
- Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations. Simbiosa: Bandung
- Bogdan, Robert dkk. 1993. Kualitatif : Dasar-Dasar Penelitian. Usaha Nasional: Surabaya
- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif: PT Raja Grafindo Persada: Depok
- Flew, Terry. 2002. New Media: an Introduction (2nd Edition). Oxford University Press: South Melbourne.
- Luttrell, Regina. 2018. Social media: How to Engage, Share, and Connect. Rowman & Littlefield: United States of America
- Moleong, Lexy J. 2004 Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Nurudin. 2012. Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru. Buku Litera: Yogyakarta
- Stake, R. E. 1995. The Art of Case Study Research. SAGE Publications, Inc.: California
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. CV. Alfabeta: Bandung
- Triyono, A. 2021. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. CV. Bintang Surya Madani: Yogyakarta
- Widiastuti, Rosarita Niken dkk. 2018. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Kemenkominfo RI: Jakarta

### Jurnal

- Ma'ruf, Moh. Ali. 2017. Analisa Penggunaan *Instagram* sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk. Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Uin Sunan Kalijaga: Yogyakarta
- Sepdiansyah, Wildan Mochamad. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat. Institut Pemerintahan Dalam Negeri: Jawa Barat.

Prabawati, Handini dkk. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) sebagai Media Publikasi Kegiatan. Jurnal Communicology Vol.7 Nomor 2

Putri, Kharisma Riana. 2021. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra RSUD Dr. Moewardi. FISIP Universitas Sebelas Maret: Jawa Tengah

Satvikadewi, Prihandari dkk 2018. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi untuk Mempromosikan Potensi Lokal Wisata Pulau Bawean. Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945: Surabaya

### **Sumber Lainnya**

Kurniasih, Nuning. 2013. Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah. Disampaikan pada Kegiatan Forum Kehumasan Kota Tangerang di Bogor

Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## **Panduan Wawancara (Informan Kunci)**

Hari/Tanggal :

Lokasi :

Informan :

### **Pertanyaan:**

1. Dalam pengelolaan konten yang akan diterbitkan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng bagaimanakah langkah secara umum yang akan dilaksanakan oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah?
2. Siapa saja yang menjadi target informasi dari setiap konten yang disajikan pada akun *instagram* @pemkab\_benteng yang dikelola oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah?
3. Bagaimana cara tim yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng untuk mengetahui karakteristik dari khalayak yang menjadi target informasi?
4. Apakah tim yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng juga turut serta secara langsung ke lapangan sebagai upaya memahami sudut pandang khalayak?
5. Bagaimanakah tindak lanjut terhadap informasi yang diterima oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng, baik berdasarkan informasi lapangan maupun arahan/perintah dari atasan?
6. Apakah tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng juga mengutip informasi atau menyesuaikan trend yang beredar pada media lain terkait dengan proses pemerintahan di Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai upaya membangun citra pemerintah?
7. Langkah seperti apa yang dilakukan oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng agar informasi yang didapatkan agar citra positif yang dibangun bisa dipahami dan diminati oleh khalayak secara umum?
8. Dalam menyajikan konten yang telah disesuaikan jenis informasinya, selanjutnya fitur apa saja yang digunakan oleh tim pengelola akun

*instagram* @pemkab\_benteng terutama yang berkaitan dengan cara dan waktu penerbitan konten?

9. *Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng dalam menerbitkan konten?*

## **Panduan Wawancara (pada Informan Pendukung)**

Hari/Tanggal :

Informan :

### **Pertanyaan:**

1. Apakah anda memiliki akun media sosial *instagram*?
2. Sudah berapa lama anda menggunakan *instagram* sebagai salah satu media sosial?
3. Dalam daftar akun *instagram* yang anda ikuti, apakah anda mengikuti akun media sosial di ruang lingkup pemerintahan Kabupaten Bengkulu Tengah? Jika ya, sebutkan!
4. Apakah anda termasuk sering dalam menyimak informasi yang disajikan oleh akun akun *instagram* @pemkab\_benteng?
5. Apakah hadirnya akun *instagram* @pemkab\_benteng dapat memenuhi kebutuhan informasi anda terkait kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah?
6. Apakah informasi yang disampaikan melalui akun *instagram* @pemkab\_benteng berdampak langsung terhadap keseharian anda?
7. Apakah ada nilai yang bersifat edukasi dari setiap postingan yang ditayangkan oleh akun *instagram* @pemkab\_benteng?

## **Transkrip Wawancara (Informan Kunci)**

Informan : Dina Betra Sari, S.E.

### **Pertanyaan:**

1. Dalam pengelolaan konten yang akan diterbitkan pada akun Instagram *@pemkab\_benteng* bagaimanakah langkah secara umum yang akan dilaksanakan oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah?

Jawaban:

*“Proses yang tim kerjakan dalam mengolah konten yang nantinya akan dibagikan pada akun instagram @pemkab\_benteng melingkupi beberapa tahapan, biasanya kita merangkum terlebih dahulu apa saja kegiatan Pimpinan lalu kita bagi tugas pada tim-tim kita untuk melakukan peliputan. Kemudian pegawai yang telah ditugaskan itu kan langsung ke lapangan, lalu meliput kegiatan itu baik berupa foto maupun video. Kemudian juga kan dari hasil liputan itu dibuatlah narasinya, untuk kemudian dicek kembali kesesuaian narasinya. Jika sudah benar dan pas, selanjutnya akan dinaikkan ke media centre kita, baik itu lewab web maupun media sosial.”*

2. Siapa saja yang menjadi target informasi dari setiap konten yang disajikan pada akun *instagram @pemkab\_benteng* yang dikelola oleh Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah?

Jawaban:

*“Tentu saja kami menggarap informasi yang akan kami gunakan untuk masyarakat Bengkulu Tengah, masyarakat Bengkulu Tengah menjadi target utama kami dalam menyampaikan informasi yang kemudian diharapkan dapat menghasilkan pandangan positif terhadap kinerja kami dan Pemerintah Kabupaten”*

3. Bagaimana cara tim yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng untuk mengetahui karakteristik dari khalayak yang menjadi target informasi?

Jawaban:

*“Sejauh yang saya ketahui, cara tim untuk mengetahui karakteristik dari khalayak yang menjadi target informasi ini dengan melihat progress pengunjung dari postingan-postingan konten sebelumnya.”*

4. Apakah tim yang mengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng juga turut serta secara langsung ke lapangan sebagai upaya memahami sudut pandang khalayak?

Jawaban:

*“Ya, karena Sudah menjadi bagian dari tugas Dinas Kominfotik Kabupaten Bengkulu Tengah untuk menurunkan personel dalam setiap kegiatan Pemerintah. Dan tentu saja banyak informasi yang berasal dari sudut pandang masyarakat juga yang bisa kami tarik.*

5. Bagaimanakah tindak lanjut terhadap informasi yang diterima oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng, baik berdasarkan informasi lapangan maupun arahan/perintah dari atasan?

Jawaban:

*“Semua informasi akan dipelajari dan ditentukan jenis informasinya, sehingga berita yang diterbitkan melalui akun *instagram* @pemkab\_benteng memiliki arah yang sesuai konteks.”*

6. Apakah tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng juga mengutip informasi atau menyesuaikan trend yang beredar pada media lain terkait dengan proses pemerintahan di Kabupaten Bengkulu Tengah sebagai upaya membangun citra pemerintah?

Jawaban:

*“Saya selalu mengarahkan tim untuk setiap hari melakukan pengecekan terhadap berita lokal yang melingkupi tentang Kabupaten Bengkulu Tengah maupun informasi yang bersifat nasional, agar kita bisa*

*menyesuaikan informasi yang nantinya juga akan bermanfaat bagi masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah.”*

7. Langkah seperti apa yang dilakukan oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng agar informasi yang didapatkan agar citra positif yang dibangun bisa dipahami dan diminati oleh khalayak secara umum?

Jawaban:

*“Setelah kita mendapatkan informasi dari tim kita yang turun ke lapangan, dengan segera kami tim editor meninjau berita tersebut sedemikian rupa. Misalnya tingkat urgensinya, kemudian isi beritanya apa. Kalau beritanya soal himbauan atau larangan, tentu kita gunakan narasi yang berbeda. Kemudian untuk yang berkaitan dengan narasi berita kegiatan Pemerintah Daerah, tentu saja kita susun narasinya sejelas mungkin agar masyarakat menerima informasi yang jelas dan diharapkan nanti respon masyarakat itu positif terhadap kinerja pemerintah kita Kabupaten Bengkulu Tengah ini”*

8. Dalam menyajikan konten yang telah di sesuaikan jenis informasinya, selanjutnya Fitur apa saja yang digunakan oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng terutama yang berkaitan dengan cara dan waktu penerbitan konten?

Jawaban:

*“Kita tahu bahwa aplikasi *instagram* memiliki berbagai fitur yang berkaitan dengan cara memposting sebuah konten. Sebagian besar dari kita tahu bahwa kita hanya dapat memposting sebuah konten berbentuk media yang berjenis foto dan video, tentu saja masing masing media jenis tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, tinggal nanti digunakan dalam konteks narasi yang seperti apa dan cara yang seperti apa, misalkan foto yang sudah dipilih akan kita posting di waktu tertentu agar dapat dilihat oleh masyarakat secara serentak”*

9. Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh tim pengelola akun *instagram* @pemkab\_benteng dalam menerbitkan konten?

Jawaban:

*“Tentu selain menjalankan tugas dan tanggung jawab kami terkait keterbukaan informasi publik, berita atau konten yang diunggah itu diharapkan dapat menunjukkan kinerja aktif Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah kepada masyarakat. Selain itu, dari apa yang kami unggah itu dapat menunjukkan sinergi Pemkab dengan intansi lain baik itu instansi vertikal, organisasi masyarakat, organisasi keagamaan dan lainnya”*

## Transkrip Wawancara (Informan Pendukung)

Informan : Helnitati

Pertanyaan:

1. Apakah anda memiliki akun media sosial Instagram?

Jawaban:

*“ya, saya memiliki akun Instagram”*

2. Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial?

Jawaban:

*“kurang lebih enam tahun lalu”*

3. Dalam daftar akun Instagram yang anda ikuti, apakah anda mengikuti akun media sosial di ruang lingkup pemerintahan Kabupaten Bengkulu Tengah? Jika ya, sebutkan!

Jawaban:

*“ya, kalau saya cuma follow akun @pemkab\_benteng”*

4. Apakah anda termasuk sering dalam menyimak informasi yang disajikan oleh akun akun *instagram* @pemkab\_benteng?

Jawaban:

*“tidak terlalu sering karena muncul diberanda agak jarang, kebanyakan akun Bengkulu info yang muncul postingan”*

5. Apakah hadirnya akun *instagram* @pemkab\_benteng dapat memenuhi kebutuhan informasi anda terkait kinerja pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah?

Jawaban:

*“Tentu untuk kegiatan Pemerintah Daerah itu tidak semua kita tahu. Karena Benteng ini kan cukup luas ya, apa lagi seperti saya yang tinggal di daerah Talang Empat khususnya Nakau, misalnya ada kegiatan di Pagar Jati atau Merigi Kelindang, itu kan cukup jauh. Jadi kalau bukan di media sosial ya saya mungkin gak akan tahu itu acaranya.”*

6. Apakah informasi yang disampaikan melalui akun *instagram* @pemkab\_benteng berdampak langsung terhadap keseharian anda?

Jawaban:

*“tidak terlalu sih dek, karena kan kebanyakan informasi yang disampaikan akun itu Cuma tentang pekerjaan apa saja yang dilaksanakan pemerintah, kalo berkaitan dengan bansos mungkin ada juga dampaknya”*

7. Apakah ada nilai yang bersifat edukasi dari setiap postingan yang ditayangkan oleh akun *instagram* @pemkab\_benteng?

Jawaban:

*“adalah sekali-sekali, misalnya kita jadi tahu tentang sejarah dan semacamnya”*

Dokumentasi Penelitian:



(Dokumentasi Penelitian bersama Informan Albeth Voristhal)



(Dokumentasi Penelitian bersama Informan Dina Betrasari)