

**PELAYANAN INFORMASI MASYARAKAT MELALUI INSTAGRAM DI
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Sinta Kumala Putri

NIM: 302200155

Pembimbing:

Kayvis Fithri Ajhuri, M.A

NIP. 198306072015031004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Putri, Sinta Kumala. 2024. Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing Kayyis Fithri Ajhuri, M.A

Kata Kunci : Pelayanan Informasi Masyarakat, Instagram, Dinas Komunikasi dan Informatika

Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan dalam penyebaran informasi karena kecepatan aksesnya, Dengan ini Diskominfo Kabupaten Madiun dituntut untuk mampu mengelola platform yang sedang eksis ini melalui akun Instagram @pemkabmadiun yang bersamaan dengan peran dan tanggung jawabnya dalam menyebarkan informasi sebagai humas pemerintah. Kehadiran akun Instagram @pemkabmadiun diharapkan agar segala bentuk informasi yang berkaitan dengan instansi pemerintah dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan Instagram @pemkabmadiun sebagai media informasi, mendeskripsikan bentuk informasi yang disampaikan melalui Instagram @pemkabmadiun, dan mengetahui proses pengelolaan Instagram sebagai media informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh akan dianalisis dengan mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kesimpulan mengenai pelayanan informasi masyarakat melalui Instagram di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Madiun antara lain: 1) Motif penggunaan akun Instagram @pemkabmadiun sebagai sarana informasi, yaitu media branding lembaga pemerintah, motif informasi dan motif promosi. 2) Bentuk informasi yang disampaikan melalui Instagram berupa informasi bentuk teks atau caption, informasi bentuk visual atau Instagram feed, dan informasi bentuk audio visual atau instagram reels. 3) Proses pengelolaan Instagram meliputi proses pengorganisasian, proses pengarahan, dan proses pengendalian.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara/i:

Nama : Sinta Kumala Putri
NIM : 302200155
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas
Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Madiun

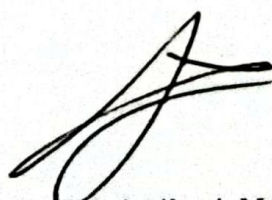
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam sidang munaqosyah.

Ponorogo, 03 April 2024

**Mengetahui,
Ketua Jurusan**


Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
NIP. 198206072015031004

**Menyetujui,
Pembimbing**


Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
NIP. 198206072015031004

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
PENGESAHAN

Nama : Sinta Kumala Putri
NIM : 302200155
Jurusan : Komunikasi penyiaran islam
Judul : Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas
Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun

Skripsi ini telah di pertahankan pada sidang munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Senin




Tanggal : 6 Mei 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin

Tanggal : 6 Mei 2024

Tim Penguji:

- | | | |
|-----------------|-----------------------------|--|
| 1. Ketua Sidang | : Galih Akbar Prabowo, M.A | () |
| 2. Penguji I | : Asna Istya M, M.Kom.I. | () |
| 3. Penguji II | : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A | () |

Ponorogo, 6 Mei 2024
Yang Mengesahkan
Dekan



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Nama : Sinta Kumala Putri
NIM : 302200155
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul : Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas
Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Madiun

Dengan ini menyatakan naskah skripsi ini telah diperiksa dan di sahkan oleh pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di etheses.iainponorogo.ac.id

Ponorogo, 6 Mei 2024

Penulis

Sinta Kumala Putri
NIM. 30220155



IAIN
PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sinta Kumala Putri
NIM : 302200155
Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul "Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas Komunikas dan Informatika Kabupaten Madiun" merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 03 April 2024

Yang Membuat Pernyataan



Sinta Kumala Putri
NIM. 302200155

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini teknologi informasi memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan manusia. Terlebih di era globalisasi seperti saat ini, teknologi informasi mengambil peranan penting dalam kehidupan sosial manusia atau yang lebih spesifik dalam bidang pemerintahan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi pada pemerintahan menjadikan penyebaran informasi publik berusaha untuk mengendalikan informasi dengan berbagai cara, salah satunya dengan penggunaan media sosial untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Media sosial digunakan sebagai alat untuk melakukan penyebaran informasi publik pada bidang pemerintahan sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Minat masyarakat terhadap media sosial tidak muncul begitu saja. Teknologi informasi yang ada saat ini, adalah bentuk perkembangan dari media lama atau konvensional seperti koran, majalah, televisi, radio dan masih banyak lagi. Akan tetapi, masa kejayaan media konvensional ternyata dapat dikalahkan oleh media sosial.

Media sosial memang terasa lebih mudah dan murah. Bagaimana tidak, media sosial membantu seseorang untuk melakukan komunikasi kapan pun dan

di mana pun tanpa adanya batasan. Kemudahan yang ditawarkan media sosial menjadi salah satu alasan media sosial dicintai begitu banyak orang.¹

Dari berbagai macam platforms di Indonesia yang umum saat ini ialah Instagram. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan hasil pengamatan We Are Social dan Hootsuite pada Oktober 2023, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 104jt, terbanyak ke-4 di dunia. Oleh karena itu Instagram bisa dibidang cepat dan meluas dalam menarik perhatian pengguna media sosial dan karakteristik yang dimilikinya lebih baik dari media sosial lainnya.² Kehadiran Instagram juga dapat meringankan dalam proses pencarian informasi masing-masing wilayah. Bahkan hampir masing-masing wilayah sudah mempunyai akun Instagram yang dikelola oleh pemerintah daerah melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo). Salah satunya yaitu di Kabupaten Madiun.

Mengingat media tidak terlepas di dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dalam pemerintahan. Disinilah media dapat membantu pemerintah dalam memberikan informasi yang memadai untuk masyarakat terkait dengan program pemerintah bersamaan dengan memberi dukungan kepada sistem-sistem dan program pemerintah yang sudah terencana dan tersusun. Pihak pemerintah membutuhkan peran media sebagai wadah untuk mensosialisasikan apa yang sudah dilaksanakan kepada masyarakat dan pihak media sendiri membutuhkan

¹ Verisha Erina Maharani dan Amalia Djuwita, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang," *e-Proceeding of Management*, 7.2 (2020), 4566–74 <<https://tekno.tempo.co>>.

² Monavia Ayu Rizaty, "Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022," *DataIndonesia.id*, 2022 <<https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>> [diakses 25 Februari 2024].

pemerintah sebagai sumber berita. Media tidak untuk ditakuti oleh pemerintah, namun pemerintah harus menjalin hubungan yang baik dengan media. Dalam hal ini, Diskominfo Kabupaten Madiun memiliki tanggung jawab dalam pengumpulan dan pengolahan data informasi mengenai program kegiatan Kabupaten Madiun, kemudian dapat disebarkan kepada masyarakat sebagai bagian dari informasi untuk khalayak umum.

Berdasarkan uraian di atas Diskominfo Kabupaten Madiun dipandang sebagai salah satu perpanjangan pemerintah Indonesia yang memiliki tugas dan fungsi untuk melayani masyarakat dalam hal penyebaran informasi. Selain itu, Diskominfo Kabupaten Madiun harus mampu menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah dalam rangka mewujudkan penyebarluasan program atas sejumlah kebijakan Pemerintah, salah satunya melalui sosialisasi. Diskominfo Kabupaten Madiun mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data mengenai kegiatan dan program Pemerintah Kabupaten Madiun. Liputan data berupa siaran pers, foto dan video yang telah diproses akan dipublikasikan. Publikasi adalah informasi yang tidak dapat dikendalikan oleh suatu organisasi atau lembaga. Namun, harus melalui gate keeper seperti seperti jurnalis, reporter, editor, program directors dan lainnya yang menyeleksi (menolak atau menerima).³

Pemerintah dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan sebuah inovasi pemanfaatan teknologi Pemerintah yang berperan

³ Diah Wardhani, *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi* (Graha Ilmu Yogyakarta, 2008), hal. 17.

sebagai layanan publik harus memberikan kemudahan terhadap akses pelayanan informasi yang berkualitas kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat bila tidak akurat, cepat, dan mudah, dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak informatif, dan tidak membunsi. Disinilah tantangan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi, khususnya menyangkut pelayanan terhadap informasi publik.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, Diskominfo Kabupaten Madiun juga merupakan lembaga yang bertanggung jawab untuk mensosialisasikan program dan memberikan solusi pengolahan data pemerintah, baik melalui media cetak, media penyiaran, serta media online (internet). Terutama dalam penggunaan fasilitas media online, seperti melalui Akun Instagram @pemkabmadiun yang dikelola Diskominfo Kabupaten Madiun, fitur share post ke media sosial lain yang dimiliki Instagram menjadikan akun @pemkabmadiun lebih sering mengunggah postingannya di Instagram, sebab lebih cepat dan mudah, Akun Instagram @pemkabmadiun setiap harinya mempublikasi segala sesuatu tentang Kabupaten Madiun, mulai dari berbagai informasi kegiatan program kerja pemerintahan, destinasi wisata, kekayaan budaya hingga kuliner melalui feed ataupun instastory.

Akun @pemkabmadiun sudah mempunyai 28.300 lebih followers di Instagram yang berisi masyarakat Kabupaten Madiun dan sekitarnya yang setiap harinya bertambah, instagram merupakan media yang cepat dan massif dalam

mengomunikasikan sesuatu. Followers tersebut berisi Masyarakat kabupaten madiun dan non-Madiun.⁴

Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai pihak pertama yang bertanggung jawab dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat tentu harus lebih unggul dan cepat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terkait informasi yang ada di Kabupaten Madiun, karena hal itu maka Diskominfo Kabupaten Madiun harus lebih unggul dalam memberikan pelayanan dibandingkan dengan media informasi swasta lainnya.

Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun juga memungkinkan untuk berinteraksi dan lebih dekat dengan masyarakat. Melalui media sosial Instagram masyarakat dapat memberikan masukan, saran, dan juga kritik terhadap apa saja yang terjadi di Kabupaten Madiun melalui postingan Instagram @pemkabmadiun. Melalui pemanfaatan media sosial Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi kepada masyarakat, namun juga dapat menjadi wadah umpan balik dalam pengaduan dan penyampaian pendapat dari masyarakat kepada Diskominfo Kabupaten Madiun. Pemanfaatan Instagram @pemkabmadiun dapat memperkuat citra dan branding yang menarik wisatawan dan berdampak positif bagi perekonomian dan pariwisata di Kabupaten Madiun.

Penelitian ini ingin mengkaji bagaimana implementasi kebijakan keterbukaan publik yang telah dilakukan oleh Dinas Kominfo Kabupaten

⁴ Susi Yanti, "Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun" (IAIN Ponorogo, 2022), hal. 12.

Madiun. khususnya pada pelayanan informasi publik, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana motif penggunaan Instagram sebagai sarana informasi Diskominfo Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun?
2. Bagaimana bentuk informasi yang disampaikan Diskominfo melalui Instagram kepada masyarakat Kabupaten Madiun?
3. Bagaimana proses pengelolaan Instagram sebagai media informasi Diskomunfo kepada masyarakat Kabupaten Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan motif penggunaan Instagram sebagai sarana informasi Diskominfo kepada masyarakat Kabupaten Madiun.
2. Untuk menganalisis bentuk informasi yang disampaikan Diskominfo melalui Instagram kepada masyarakat Kabupaten Madiun.
3. Untuk menjelaskan proses pengelolaan instagram sebagai media informasi Diskomunfo kepada masyarakat Kabupaten Madiun.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khazanah keilmuan bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam:

- a. Menambah referensi dan variasi bahan kajian tentang penggunaan Instagram sebagai media pelayanan informasi kepada Masyarakat.
- b. Sebagai pijakan untuk memudahkan mencari sumber yang diperlukan saat penelitian.
- c. Dapat mengembangkan ilmu komunikasi terutama di bidang Publik Relations

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan landasan dalam melakukan pengelolaan media informasi oleh:

- a. Bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun
Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi pertimbangan landasan dalam melakukan pengelolaan media informasi yang lebih baik.
- b. Bagi para praktisi media, harapannya agar dapat digunakan sebagai acuan atau tolak ukur dalam pengelolaan informasi yang lebih baik
- c. Bagi mahasiswa khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi panduan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian tentang pengelolaan media informasi.

E. Telaah Penelitian Terdahulu

Dalam menentukan judul skripsi metode penelitian kualitatif ini, penulis juga melakukan telaah terhadap penelitian sebelumnya untuk menghindari adanya kesamaan, serta perbandingan dengan penelitian ini. Penulis tidak menemukan penelitian sebelumnya yang membahas tentang judul penelitian ini. Namun, penulis menemukan beberapa penelitian yang hampir serupa dengan penelitian ini. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian yang akan dilaksanakan:

Pertama, Skripsi yang berjudul **“Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)”** karya Muhammad Abid Rifqy Zamzami dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, IAIN Ponorogo (2022).⁵ Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan. (2) untuk mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan. Hasil penelitian menunjukkan (1) bahwa motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi, yaitu motif informasi dan motif hiburan. Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi bagi masyarakat. Sedangkan motif hiburan dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @beritamagetan oleh admin sebagai media

⁵ Muhammad Abid Rifqy Zamzami, “Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)”Skripsi (IAIN Ponorogo, 2022).

bersosialisasi dengan followers serta melepaskan penat akibat pekerjaan. (2) Kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi telah puas karena apa yang telah diinginkan oleh admin dapat tercapai. Dengan diterimanya akun Instagram @beritamagetan oleh Masyarakat Magetan. Antusiasme dan gairah masyarakat Magetan dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi juga memberikan kesenangan terhadap admin sehingga admin merasa sudah berguna bagi banyak orang.

Skripsi ini dengan penulis, memiliki kesamaan dan perbedaan yaitu persamaan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi. Serta sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @beritamagetan sedangkan peneliti menganalisis motif penggunaan Instagram yang dikelola oleh Diskominfo.

Kedua, Skripsi yang berjudul **“Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo sebagai Media Informasi tentang Kabupaten Ponorogo”** karya Fitri Alam Nasyroh dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo (2020).⁶ Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan (1) bagaimana cara admin @infoponorogo mendapatkan informasi; (2) bagaimana cara admin @infoponorogo mengolah informasi; (3) bagaimana cara admin @infoponorogo menyampaikan informasi. Dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan,

⁶ Fitri Alam Nasyroh, “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo sebagai Media Informasi tentang Kabupaten Ponorogo”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020). 1.

yaitu: (1) Akun @infoonorogo dalam mendapatkan informasi yaitu menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) Akun @infoonorogo mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang menarik. (3) Penyampaian informasi akun @infoonorogo menggunakan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti feed, instastory, dan Instagram TV. Proses penyampaian informasi ini menghasilkan feedback dari follower berupa respon positif dan respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback inilah yang kemudian dijadikan evaluasi akun @infoonorogo sebagai media informasi. Skripsi ini dengan penulis, memiliki kesamaan dan perbedaan yaitu persamaan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi. Adapun perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @infoonorogo sebagai media pemberitaan sedangkan peneliti menganalisis motif penggunaan Instagram yang dikelola oleh Diskominfo.

Ketiga, Skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo Kampar sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar”** karya Muhammad Zuhri Firdian dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2023)⁷. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo

⁷ Muhammad Zuhri Firdian, “Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo Kampar sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar”, Skripsi (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2023). 1.

Kampar Sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar. hasil dari penelitian ini adalah Diskominfo Kampar berupaya memberikan informasi serta materi berupa kegiatan pemerintahan untuk masyarakat Kampar dengan pemanfaatan layanan serta fitur-fitur menarik dari *Platform* media sosial. Seperti *Instagram, Facebook, Website, Youtube, dan Twitter.*

Skripsi ini dengan penulis, memiliki kesamaan dan perbedaan yaitu persamaan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi. Adapun perbedaannya adalah skripsi ini meneliti pemanfaatan media sosial Diskominfo Kampar sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Diskominfo Kabupaten Madiun.

Keempat, Skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai” karya Meutuah Amatul Firdausya dari jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2023)⁸. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana akun Diskominfo Dumai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana informasi Kota Dumai. Hasil dari penelitian ini yaitu Instagram Diskominfo Dumai dinilai cukup berhasil dalam pemanfaatannya sebagai wadah penyampaian informasi kepada masyarakat, namun diperlukan juga kritik dan saran dari masyarakat untuk menjadikan pemerintahan Kota Dumai lebih baik lagi ke depannya.

⁸ Meutuah Amatul Firdausya, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai”, Skripsi (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2023).

Skripsi ini dengan penulis, memiliki kesamaan dan perbedaan yaitu persamaan Jenis penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan juga menggunakan triangulasi sumber dan waktu untuk mendapatkan keabsahan data. Sedangkan perbedaan adalah skripsi ini meneliti pemanfaatan media sosial Diskominfo Dumai sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Diskominfo Kabupaten Madiun.

Kelima, Skripsi dengan judul **”Pengelolaan Media Informasi Pada Akun Instagram @Madiuntoday.Id”** karya Arika Setya Ningsih dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2023)⁹. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan kondisi media informasi di akun Instagram @madiuntoday.id, mengetahui dan mendeskripsikan tahapan dalam pengelolaan informasi di akun Instagram @madiuntoday.id, dan mengetahui faktor penghambat dalam pengelolaan media informasi yang ada di akun Instagram @madiuntoday.id. Hasil dari penelitian ini diperoleh: Pada aspek share menentukan media sosial Instagram untuk penyebarluasan informasi dalam model berita. Pada aspek optimize digunakan fitur tagar (hashtag) dan melakukan monitoring yang menjadi kesempatan bagi pengelola untuk meningkatkan jumlah pengikut dan keterlibatan. Pada aspek engage pengelola menentukan target sasarannya dan menjalin hubungan baik dengan OPD dan pengikut yang memiliki usaha.

⁹ Arika Satya Ningsih, “Pengelolaan Media Informasi pada akun Instagram @madiuntoday.id”, Skripsi (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2023).

Skripsi ini dengan penulis, memiliki kesamaan dan perbedaan yaitu persamaan metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi ini meneliti pengelolaan media sosial @madiuntoday.id sedangkan peneliti melakukan penelitian pada media social Diskominfo Kabupaten Madiun.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri memusatkan perhatiannya pada prinsip secara umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala sosial yang terjadi didalam masyarakat.¹⁰ Objek analisis dalam pendekatan kualitatif ini yaitu makna dari sebuah gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh sebuah gambaran mengenai kategori tertentu.

Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.¹¹ Deskriptif ialah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian

¹⁰ Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 302.

¹¹ Moeleong Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 3.

dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu.¹² Data yang dihasilkan oleh peneliti ini yaitu data kualitatif. Data yang bersifat kualitatif yaitu data yang menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.¹³

2. Lokasi Penelitian

Subyek penelitian merupakan batasan penelitian dimana seorang peneliti bisa menentukannya dengan menggunakan benda, hal atau orang untuk melekatkan variabel penelitiannya.¹⁴ Jadi subyek penelitian dapat diartikan sebagai benda ataupun orang yang memberikan informasi kepada peneliti.

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun yang berlokasi di Jalan Mastrip No.23, Mojorejo, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur, 63139.

3. Data dan Sumber Data

Menurut sumbernya, data penelitian digolongkan sebagai data primer dan data sekunder. Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada

¹² Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), hal. 24.

¹³ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x* (Jakarta: Renika Cipta, 1996), hal. 234.

¹⁴ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Renika Cipta, 1996), hal. 236.

subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subyek penelitinya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.¹⁵

A. Data

1) Data Primer

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan seperti Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Staff Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Admin akun Instagram @pemkabmadiun. Wawancara tersebut menghasilkan data berupa:

- a. Data terkait motif penggunaan Instagram sebagai media informasi.
- b. Bentuk-bentuk pelayanan informasi melalui Instagram.
- c. Data proses pengelolaan Instagram sebagai media informasi.

2) Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan sebagainya.

¹⁵ Anwar Saiffudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta (Pustaka Pelajar, 1998), hal. 8.

Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitas data yang lebih baik. Data yang dihasilkan ialah terkait: Profil dan sejarah akun Instagram @pemkabmadiun.

B. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh langsung saat di lapangan. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber dan observasi subjek penelitian. Ada beberapa subjek penelitian yang dijadikan narasumber antara lain:

- a. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP)
- b. Staff bidang IKP (Desain Grafis)
- c. Staff bidang IKP (Admin Instagram @pemkabmadiun)

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek yang diteliti. Sumber data sekunder dari penelitian ini berupa:

- a. Artikel dan jurnal yang membahas terkait pelayanan informasi masyarakat
 - b. Buku atau literatu yang membahas mengenai konsep pengelolaan media pelayanan informasi
 - c. Literatur-literatur terkait pelayanan informasi masyarakat yang ada di internet
4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengandalkan penelitian secara teliti serta pencatatan sistematis. Observasi langsung dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa.¹⁶ Observasi sendiri terbagi menjadi dua antara lain observasi partisipan dan non partisipan. Observasi partisipan yakni peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang dilakukan penelitian. Sedangkan observasi non partisipan merupakan observasi di mana peneliti tidak memposisikan dirinya sebagai kelompok yang dilakukan penelitian.¹⁷

¹⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 20.

¹⁷ Rachmad Kriyanto, *Teknik Praktik Riset-Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 19.

Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan observasi non partisipan. Peneliti mengamati secara langsung di kantor Diskominfo Kabupaten Madiun mengenai proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Sehingga peneliti dapat mengetahui proses pencarian bahan berita, pembuatan konsep, sampai pada ketika informasi itu ditayangkan atau diberikan kepada masyarakat. Observasi dilakukan selama kurang lebih satu minggu mulai tanggal 4 Desember 2023 sampai 30 Maret 2024.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data. Wawancara tau biasa disebut dengan interview merupakan sebuah proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau informan melalui komunikasi secara langsung.¹⁸ Tujuan dari wawancara ini ialah untuk menemukan masalah secara lebih terbuka, dimana pihak yang di ajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Hal tersebut untuk memberikan kebebasan kepada narasumber saat menjawab pertanyaan dari peneliti. Pada penelitian ini informan yang digunakan yaitu Kepala Bidang Informasi Publik,

¹⁸ Berger, Arthur Asa. *Media and Communication Research Method* (London: Sage Publications, 2000), 111.

Staff Bidang Informasi dan Admin akun Instagram @pemkabmadiun.

c. Dokumentasi

Peneliti memperoleh secara langsung hasil dokumentasi dengan mendatangi langsung Diskominfo Kabupaten Madiun sehingga dapat dikumpulkan beberapa hal terkait penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan penelusuran media online yang dikelola meliputi website (<https://madiunkab.go.id>), media sosial Instagram (pemkabmadiun), Youtube (Pemkab Madiun). Dokumentasi yang peneliti temukan sangat relevan dengan hasil penelitian ini karena terbukti secara langsung bagaimana proses dalam memberikan pelayanan informasi kepada Masyarakat.¹⁹

5. Teknik Analisis Data

Analisis data ini merupakan proses mencari dan menyusun data yang sudah diperoleh oleh peneliti dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, mengorganisasikan dalam sebuah kategori, menjabarkan, melakukan sintesa, menyusunnya kedalam suatu pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari dan membuat sebuah kesimpulan sehingga sebuah tulisan mudah dipahami oleh diri sendiri maupun dipahami oleh orang lain.²⁰ Proses analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hal. 233.

²⁰ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Alfabet, 2012), hal. 40.

a. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih dan memilah data yang terkait langsung dengan penggunaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun (@pemkabmadiun) dan yang tidak terkait langsung dengan penggunaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun direduksi atau dihilangkan.

b. Display Data

Display data atau menyajikan data. Data terkait penggunaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai media informasi kemudian disajikan dalam bentuk uraian atau deskripsi, gambar, dan table.

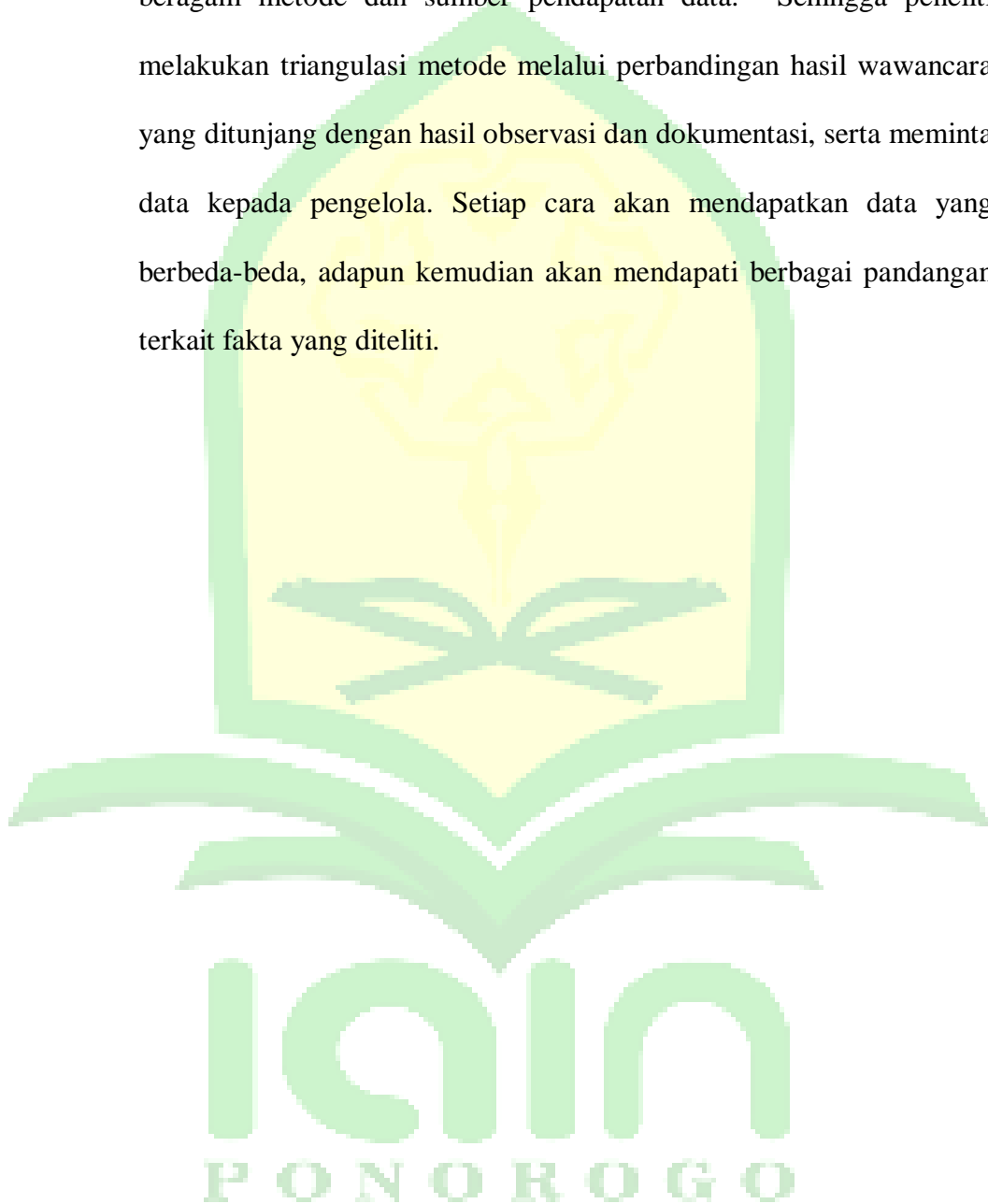
c. Menyimpulkan Data

Di tahap ini setelah data disajikan, data kemudian dianalisis, dan ditarik kesimpulan terkait dengan penggunaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai media informasi di Kabupaten Madiun.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilaksanakan untuk keperluan pemeriksaan ulang terhadap data melalui teknik triangulasi. Untuk teknik yang diperlukan untuk menguji keabsahan terhadap data yang diperoleh selama penelitian dengan meningkatkan kredibilitas atau validitas internal dengan memakai teknik triangulasi metode. Triangulasi adalah suatu

teknik untuk mengumpulkan beraneka macam teknik pengumpulan dan sumber data melalui penggalian keabsahan data/informasi dengan beragam metode dan sumber pendapatan data.²¹ Sehingga peneliti melakukan triangulasi metode melalui perbandingan hasil wawancara yang ditunjang dengan hasil observasi dan dokumentasi, serta meminta data kepada pengelola. Setiap cara akan mendapatkan data yang berbeda-beda, adapun kemudian akan mendapati berbagai pandangan terkait fakta yang diteliti.



²¹ Michael Quinn Patton, *Qualitative Education Methods* (Beverly Hills: Sage Publication, 1987), hal. 18.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti akan menggambarkan alur bahasan yang relevan mengenai penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Pada bagian awal sebelum bab pertama, peneliti akan mencantumkan cover atau halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi pada bagian akhirnya.

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi yang akan dibahas, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memaparkan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan antara lain: Instagram, Pelayanan Informasi Masyarakat, Dinas Komunikasi dan Informatika, Teori Uses and Gratification.

BAB III: HASIL PENELITIAN / PAPARAN DATA

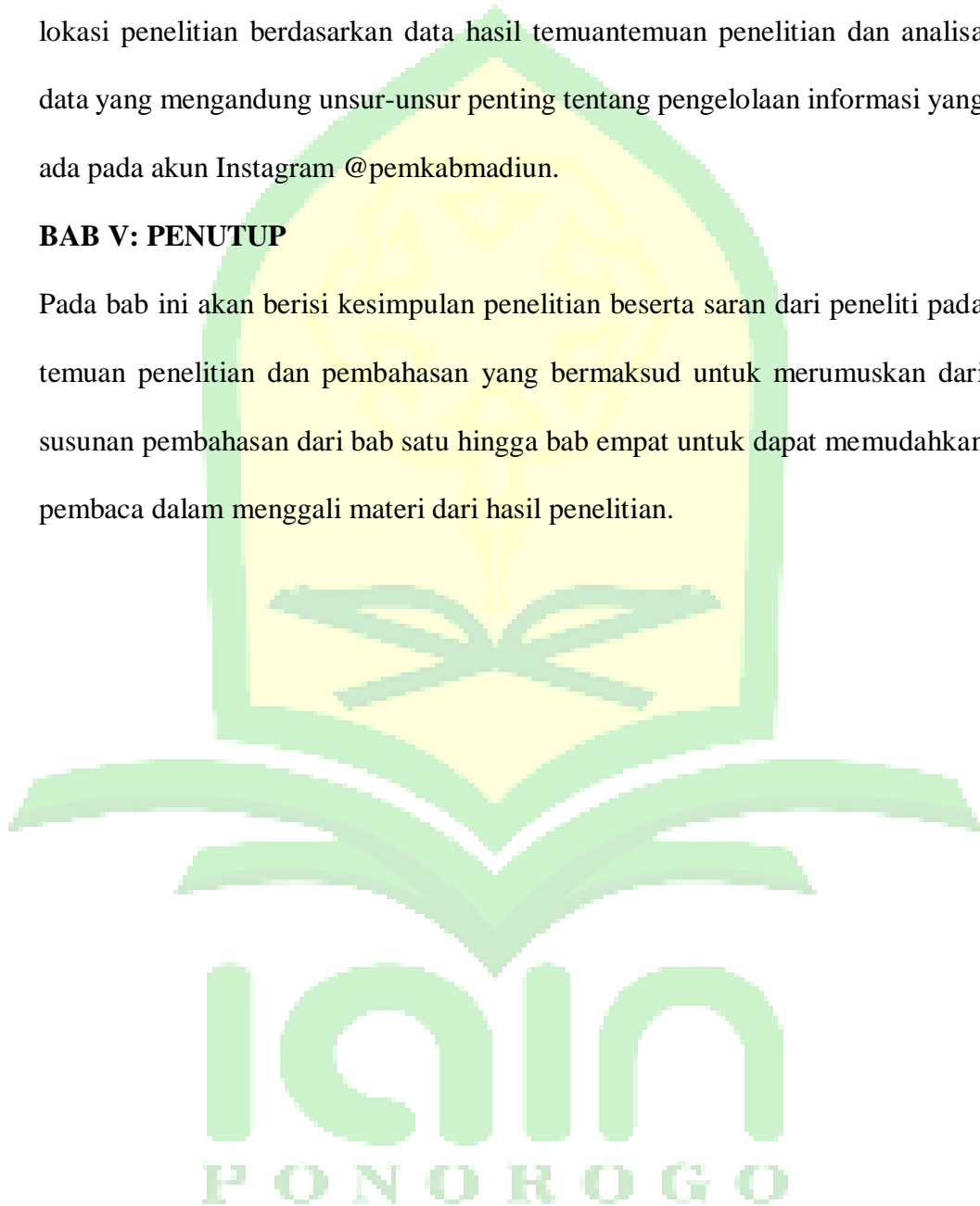
Berupa pemaparan data umum yakni deskripsi umum subyek penelitian dan data khusus berupa pemaparan data hasil penelitian. Dalam hal ini paparan data umum yaitu gambaran dan Sejarah akun Instagram @pemkabmadiun. Sedangkan paparan data khusus yaitu motif penggunaan Instagram, bentuk informasi yang disampaikan melalui Instagram, dan proses pengelolaan instaram, yang pada intinya untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV: ANALISIS DATA / PEMBAHASAN

Pada bab ini akan berisi pembahasan berdasarkan sumber yang telah diwawancarai dan hasil pengamatan yang telah dilaksanakan oleh peneliti di lokasi penelitian berdasarkan data hasil temuan penelitian dan analisa data yang mengandung unsur-unsur penting tentang pengelolaan informasi yang ada pada akun Instagram @pembkabmadiun.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan berisi kesimpulan penelitian beserta saran dari peneliti pada temuan penelitian dan pembahasan yang bermaksud untuk merumuskan dari susunan pembahasan dari bab satu hingga bab empat untuk dapat memudahkan pembaca dalam menggali materi dari hasil penelitian.



BAB II

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PELAYANAN INFORMASI MASYARAKAT

A. *Instagram*

1. Pengertian *Instagram*

Instagram merupakan platform media sosial yang didasari internet dengan memberikan kemudahan dalam menangkap dan berbagi aktivitas dalam bentuk foto, video, dan juga layanan jejaring sosial secara online.²² Foto maupun video yang disebarluaskan akan muncul di halaman (feed) pengguna lain yang menjadi pengikut (followers). Meskipun dijadikan tempat berbagi foto dan video, akan tetapi Instagram termasuk bagian dari media informasi dan komunikasi.

Berdasarkan sisi empirisnya, Instagram termasuk media baru yang mempunyai karakteristik yang unik. Dan manusia wajib beradaptasi terhadap apa yang ada didalamnya. Saat ini pun Instagram dijadikan sebagai sumber informasi yang disebarluaskan secara mendunia dengan menonjolkan fitur berbagi foto atau video di dunia virtual, sehingga informasi dapat diperoleh melalui Instagram hanya beberapa detik setelah diunggah. Berbagai informasi dalam konten yang disebarluaskan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Menurut Bambang Dwi Atmoko, *Instagram* adalah sebuah aplikasi khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital

²² Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Bisnis, Hobi, & Desain Garfis* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021), hal. 2.

yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial twitter. Namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.²³ *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama *instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang difeed pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di *instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna dan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan merespon suka terhadap foto atau video yang dibagikan.

2. Sejarah *Instagram*

Selamat datang di *Instagram* merupakan tampilan awal mula setelah mengunduh aplikasi *Instagram* dan membukanya. Kalimat tersebut merupakan ide dari Kevin Systrom dan Mike Krieger selaku CEO dan pencetus *Instagram* di halaman resminya pada 6 Oktober 2010 yang lalu.

²³ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2010), 10

Peluncuran tersebut ditandai lahir dan rilisnya aplikasi berbagi foto melalui Instagram. Instagram sendiri didirikan oleh sebuah perusahaan teknologi rintisan yang bernama Burbn.Inc. Selepas dua pekan Mike Krieger ikut di dalam timnya, Instagram memerlukan waktu selama satu pekan untuk mendapatkan nama baru dan akhirnya sukses dalam pembuatan versi pertamanya dari Burbn.Inc yang saat itu kurang sempurna.²⁴ Meskipun demikian, Kevin Systrom dan Mike Krieger mengusahakan untuk dapat menciptakan aplikasi yang berbahan dasar foto sesuai dengan keinginannya. Adapun karakteristik lain yang diperlukan ialah nama aplikasinya dapat dipahami dengan gampang, maka dicetuskanlah sebuah nama Instagram.

Peluncuran Instagram pertama kalinya hanya untuk platform IOS saja dan berlangsung sukses. Bahkan pada saat itu hanya mengandalkan viral marketing dan di hari pertama berhasil menjaring sebanyak 25 ribu pendaftar. Pada 13 Oktober 2010, Instagram berhasil menjangkau 100 ribu pengguna, dan kemudian Kevin dan Mike dengan cepat untuk melakukan upgrade. Dalam kurun waktu yang relatif singkat, aplikasi Instagram termasuk ke bagian aplikasi teratas karena pada saat itu menjadi perbincangan publik dalam kurun waktu yang cukup lama.

Pada 21 Desember 2010, Instagram berhasil menjangkau 1 juta pengguna. Dan pada 27 Januari 2011, akhirnya Instagram mengeluarkan fitur tagar (hashtag) untuk memenuhi keinginan penggunanya untuk menjumpai foto maupun video di pengguna lainnya. Di samping itu, pada 2

²⁴ Eka Indriani, "Sejarah dan Perkembangan Instagram," 2017, hal. 2.

Februari 2011 Instagram menjangkau 1,75 juta pengguna dan postingan mendapatkan suka (like) 78 juta. Pada 15 Februari 2011, Instagram berhasil menghasilkan sejumlah US\$ 7 juta dari bermacam-macam pemilik modal, seperti Benchmark Capital, Jack Dorsey, Chris Sacca (melalui anggaran kapital), dan Adam D'Angelo. Menurut persetujuan, Instagram mendapatkan laba berkisar US\$ 25 juta. Kemudian 12 Juli 2011, pengguna Instagram hanya dalam kurun waktu 8 bulan dapat mencapai 5 hingga 100 juta postingan yang dibagikan melalui aplikasi Instagram. Kemudian pada 20 September 2011, Instagram berhasil mengumumkan versi 2.0 yang terbaru bersamaan dengan bertambahnya fitur siaran langsung, filter, kamera fokus otomatis, dan resolusi tinggi.²⁵

Pada Mei 2013, Instagram mempromosikan penandaan dalam suatu postingan dan penambahan foto profil pengguna. Penandaan foto juga dipersebar ke merek untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Pada Juli 2013, Instagram menciptakan berbagi postingan yang lebih mudah dengan cara memasukkan tautan pada postingan. Kemudian pada Oktober 2013, Instagram dijadikan media promosi yang dapat digunakan oleh penggunanya.

Pada 11 Mei 2016, Instagram mempromosikan versi terbarunya 10.10.0 pada visualnya, yaitu logo serta desain baru yang terinspirasi dengan logo sebelumnya. Logo terbaru berupa kamera pada umumnya dan

²⁵ Widia Diningrum, "Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Sosial" (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020), hal. 28.

pelangi yang membentuk gradasi. 32 Meningkatnya Instagram tidak terlepas dari bermacam-macam pembaruan fitur yang mempunyai nilai tambah. Perkembangan fitur-fitur yang ada pada Instagram mengalami kemajuan seiring dengan berkembangnya zaman, hingga saat ini terdapat banyak fitur baru yang sudah ditambahkan dalam Instagram.

3. Fitur – Fitur *Instagram*

Sama halnya dengan platform media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fitur menarik. Dengan pengaruh yang besar pada pemasaran digital, Instagram selalu menambah fitur yang dimilikinya. Instagram mempunyai pilihan menu yang terdapat pada halaman utama tampilan Instagram, yaitu:²⁶

- a. Beranda (home page) dimaksudkan sebagai halaman utama yang memperlihatkan postingan terkini dari pengguna yang telah diikuti.
- b. Jelajahi (explore) dimaksudkan sebagai tampilan berbagai foto dan video-video yang kerap kali dilihat maupun disukai oleh masing-masing pengguna Instagram. Dengan ini, Instagram telah memanfaatkan algoritma dalam menetapkan foto atau video mana saja yang masuk dalam jelajah.
- c. IGTV video merupakan fitur terbaru akhir-akhir ini yang ada di Instagram yang memungkinkan untuk mengunggah video singkat melalui platform Instagram.

²⁶ Enterprise, hal. 2.

- d. Profil pengguna ini memperlihatkan jumlah postingan, jumlah pengikut, jumlah mengikuti, dan deskripsi diri. Selain itu, di halaman profil juga akan terlihat semua postingan yang pernah disebarluaskan.
- e. Pesan langsung (direct message) merupakan fitur yang digunakan untuk berkomunikasi langsung secara pribadi yang memungkinkan saling mengirim teks, foto, video, postingan, dan cerita secara pribadi dengan satu atau beberapa orang.
- f. Notifikasi (news feed) dimaksudkan sebagai fitur yang menampilkan pemberitahuan yang ditujukan kepada pengguna Instagram.
- g. Foto berlapis (multiple image) merupakan fitur yang memberi kebebasan kepada pengguna dalam membagikan postingannya, baik itu foto ataupun video secara bersamaan dalam satu postingan.
- h. Simpan (bookmark) merupakan fitur yang memungkinkan sesama pengguna Instagram untuk menyimpan berbagai postingan yang dimiliki pengguna lain dalam suatu koleksi, sehingga fitur ini digunakan jika pengguna memerlukan postingan tersebut di lain waktu. Dengan memanfaatkan fitur ini, maka secara otomatis yang disimpan akan muncul.
- i. Instagram story, arsip, dan album foto (highlight) yang ditawarkan untuk mengunggah foto atau video secara singkat

dan mudah yang mempunyai tenggang waktu dalam kurun 24 jam ke depan. Pemakaian kamera di Instagram juga dilengkapi dengan berbagai pilihan efek yang tersedia. Instagram story saat ini dilengkapi fitur arsip pribadi dan bisa jika sewaktu-waktu ingin melihat lagi. Album foto (highlight) ini bisa menampilkan cerita secara permanen di dalam profil dengan mengelompokkan cerita yang sudah pernah disebarluaskan ke dalam satu album baru di profil Instagram.

Adapun fitur lainnya yang membuat konten semakin berkembang, beragam, lebih menarik, dan memiliki makna yang kuat dalam mengikuti kebutuhan pasar digital dengan adanya fitur-fitur lain, diantaranya yaitu:²⁷

- a. Deskripsi (caption) memiliki fungsi untuk menggambarkan maksud dari suatu postingan yang ada. Deskripsi juga bertujuan untuk menginformasikan pesan yang ingin diberikan kepada pengguna atau hanya untuk mengekspresikan karakter dalam postingan tersebut.
- b. Tagar (hashtag) memiliki peran untuk mengategorikan topik yang sama dalam satu label secara khusus di dalam media sosial, sehingga tanda tagar tersebut akan memudahkan para penggunanya untuk menemukan topik atau foto dan video tertentu yang berkaitan dengan menggunakan kata kunci.

²⁷ Diningrum, hal. 32.

- c. Lokasi (geotagging) ini digunakan jika ingin memberitahukan lokasi dimana foto atau video tersebut diambil.

Walaupun Instagram dianggap sebagai tempat berbagi foto maupun video, namun Instagram juga termasuk jejaring sosial karena dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna. Fitur-fitur tersebut diantaranya yaitu:²⁸

- a. Pengikut (Follower) dan Mengikuti (Following). Pengikut (follower) yang dimaksud ialah pengguna yang memilih untuk berkomunikasi dengan pengguna lain, sedangkan mengikuti (following) memiliki tujuan untuk menambah pertemanan pada sebuah akun.
- b. Komentar merupakan sebuah aktivitas untuk menuangkan segala bentuk pemikiran melalui kata-kata positif maupun negatif. Selain itu, fitur ini juga digunakan untuk memberikan sebuah pesan ataupun memberitahu, baik itu dalam bentuk kritikan, saran, ataupun pujian.
- c. Suka (like) ini dapat diakses oleh pengguna Instagram untuk menyukai foto, video, ataupun Instagram story yang dibagikan pengguna lain.
- d. Sebutan (mention) termasuk fitur yang fungsinya untuk menyebut pengguna lain melalui penambahan tanda arroba (@)

²⁸ Diningrum, hal. 34.

kemudian memasukkan nama pengguna akun Instagram lain.

Sebutan ini digunakan agar orang yang disebut dapat melihat.

- e. Siaran langsung (live) dimanfaatkan untuk memberitahukan kegiatan yang sedang dilakukan tanpa melalui proses edit. Dalam fitur ini, pengikut (followers) dapat melihat, berkomentar serta bergabung pada siaran langsung tersebut sehingga dapat berinteraksi secara mudah dengan pengguna lain.

4. Manfaat *Instagram*

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah-olah menjadikan media sosial sebagai suatu kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu, pengguna memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut: ²⁹

- a. Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang trend yang dibicarakan banyak orang.

²⁹ Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), hal. 12.

b. Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat dari oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

d. Branding

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar brand (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan personal branding.

e. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus

berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial.

5. Kelebihan dan Kelemahan Instagram

a. Kelebihan Instagram

Ada beberapa kelebihan dari Instagram yang membuatnya menjadi menarik untuk para penggunanya. kelebihan tersebut, yaitu:³⁰

- Instagram merupakan aplikasi yang didistribusikan secara gratis
- Tampilan photo yang di upload akan menjadi semakin menarik dan estetik serta tidak membosankan dengan menggunakan fitur edit photo yang disediakan oleh pihak Instagram.
- Instagram mampu menjadikan seseorang menjadi sangat kreatif dalam menghasilkan photo atau video yang tidak biasa bahkan cenderung unik atau sering disebut instagramable. Hal ini dapat menjadikannya si pengguna menjadi populer sehingga memiliki followers yang tidak sedikit. Komunitas yang memiliki minat yang sama juga dapat lebih mudah dalam menjalin koneksi pertemanan.

³⁰ Enterprise, hal. 3.

b. Kelemahan Instagram

Selain kelebihan, setiap media sosial juga memiliki kelemahannya masing-masing. terdapat dua kelemahan yang dimiliki oleh Instagram, yaitu:

- Spamming Menyampah (spamming) menjadi salah satu kelemahan yang ada di Instagram. Bagaimana tidak, orang akan dengan mudahnya memberikan komentar negatif bahkan cenderung kasar terhadap apa yang di upload pemilik akun melalui fitur kolom komentar yang tersedia di Instagram.³¹
- Terbuka untuk semua jenis konten Akibat dari tidak adanya batasan bagi siapa yang akan menggunakannya, Instagram menjadi tidak luput dari konten-konten yang memiliki dampak negatif terhadap penggunanya yang biasa disebarkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

B. Pelayanan Informasi Masyarakat

1. Pengertian Pelayanan Informasi Publik

Menurut Kamus Bahasa Indonesia Kata pelayanan berasal dari asal kata “layan” menjadi me-la-yani yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan oleh seseorang. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang ramah tamah, adil cepat dan dengan etika

³¹ Rohmadi, hal. 12.

yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³² Dengan demikian pelayanan publik menurut Mahmudi adalah kegiatan pelayanan oleh penyelenggaraan layanan publik untuk pemenuhan kebutuhan publik.³³

Pelayanan publik adalah sebuah kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan yang mana sifatnya tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi secara langsung antara seorang pelayan dan konsumen. Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang dan jasa.³⁴

Secara harfiah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Informasi mengandung pengertian penerangan atau pemberitahuan atau kabar atau berita tentang sesuatu istilah. Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut.³⁵ Informasi merupakan tafsiran atas data, sehingga mempunyai makna karena sudah diproses, informasi yang baik adalah karena masuknya nilai dan norma kedalam informasi tersebut. informasi

³² Luh Damayanti, Kadek Suwena, dan Iyus Haris, "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat," 11 (2019) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/20048>>.

³³ Ni Riani, "Strategi Peningkatan Pelayanan Publik," 1 (2021), hal. 30.

³⁴ Aulia Solichah dan Iman Nurhotimah, *Pengawasan Pelayanan Publik* (Jakarta: Jejak Pustaka, 2021), hal. 1.

³⁵ Deni Darmawan dan Nur Fauzi Kunkun, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 2.

pemerintah yang benar (valid dan sah) dapat dipergunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam mengurangi ketidakpastian serta mengantisipasi kendala yang akan diperkirakan terjadi. Jadi informasi bukan sekedar data mentah yang kemudian asal disampaikan apa adanya. Tetapi harus sudah diproses, diolah dan disaring mana yang baik, benar dan perlu disampaikan kepada pihak tertentu. sebagai abdi masyarakat maka para administrator publik hendaknya menjadi pencari informasi dan sumber informasi bagi masyarakatnya.

Bentuk pelayanan yang diselenggarakan oleh Pemerintah merupakan pelayanan dalam Upaya memenuhi kebutuhan publik atau masyarakat, sehingga disebut dengan pelayanan publik. Pelayanan publik umumnya dilakukan oleh Pemerintah untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakatnya. Pemerintah bertanggung jawab atas penyelenggaraan dalam memberikan pelayanan baik di lingkungan Pemerintah Pusat, Pemerintahan Daerah, Badan-Badan Umum milik Pemerintah dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setiap pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah harus dapat memuaskan publik atau masyarakat, ketika banyak kebijakan yang dibuat telah diundangkan oleh pemerintah, maka menjadi kewajiban pemerintah untuk memberikan pelayanan prima kepada public atau masyarakat. Pelayanan yang berkualitas juga harus berpegang kepada prinsip-prinsip pelayanan, diantaranya adanya transparansi, mudah di akses, memiliki ketepatan dan keakuratan, pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan, tidak adanya

diskriminasi dalam pelayanan, memberikan hak yang sama antara pemberi dan penerima layanan.

2. Keterbukaan Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik adalah sarana untuk mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara guna menjalankan pemerintahan yang baik. Setiap badan publik mempunyai kewajiban untuk membuka akses atas informasi publik yang berkaitan dengan badan publik tersebut untuk masyarakat luas. Lingkup badan publik itu mencakup lembaga eksekutif, yudikatif, legislatif, penyelenggara negara lainnya yang mendapatkan dana dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) dan organisasi non pemerintah. Dengan membuka akses publik terhadap informasi diharapkan badan publik termotivasi untuk bertanggung jawab dan berorientasi pada pelayanan rakyat yang sebaik-baiknya.³⁶

Hakikat pemerintahan adalah pelayanan kepada masyarakat. Salah satu hak dimiliki masyarakat adalah hak untuk memperoleh keterbukaan informasi publik terdapat tiga konsep didalam keterbukaan informasi publik yaitu, adalah: sistem negara yang demokratis (democratic state), pemerintahan yang terbuka (open government) dan pemerintahan yang baik (good governance).³⁷ Segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik diperlukan adanya pengelolaan informasi publik. Jika segala aspek

³⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, (Yogyakarta: Pustaka Fahima, 2015), 67.

³⁷ Rasyid Ryaas, *Desentralisasi dalam Menunjang Pembangunan Daerah dalam Pembangunan Administrasi di Indonesia* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1998), hal. 13.

penyelenggaraan pelayanan dapat diakses dengan mudah dan dipublikasikan secara terbuka sehingga mudah dipahami oleh publik, maka sebaliknya manakala semua atau sebagian dari aspek pelayanan tidak terbuka dan sulit untuk di akses oleh para pengguna maupun layanan para stakeholders, maka penyelenggaraan pelayanan tersebut memiliki tingkat keterbukaan yang rendah dengan kata lain tidak memenuhi kaidah keterbukaan.

Keterbukaan informasi yang berkembang dan kebutuhan informasi publik yang meluas akan mendorong semakin banyak lagi masyarakat yang memanfaatkan haknya untuk meminta informasi publik yang ingin diketahuinya. Keterbukaan juga memberikan kontribusi yang sangat besar dalam upaya penegakkan hukum dan pemberantasan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme. Karena publik dapat menjadi apatis dalam menyikapi upaya penegakkan hukum dan pemberantasan Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme sebagai akibat aparat penegak hukum yang seringkali tidak transparan dalam proses penegakkan hukum dan praktek tebang pilih.³⁸

Dengan demikian, keterbukaan informasi publik menjadi bagian penting dalam mengembangkan masyarakat yang sadar akan pentingnya keterbukaan informasi publik dan berpartisipasi dalam mengontrol setiap kebijakan pemerintah melalui keterbukaan informasi publik tersebut. Kontrol masyarakat terhadap pemerintah melalui keterbukaan informasi

³⁸ Agus Dwiyanto, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gajah Mada Pers, 2005), hal. 194.

publik tersebut mendorong penyelenggaraan pemerintahan yang transparan dan akuntabel sehingga membatasi terjadinya penyalahgunaan kewenangan dalam pemerintahan.

Keterbukaan informasi publik berangkat dari prinsip bahwa “informasi yang dikelola oleh badan publik merupakan sumber daya milik publik dan akses terhadap sumber daya berupa informasi tersebut akan mendorong (Transparency International). Menjamin keterbukaan informasi publik dalam sebuah undang-undang berarti memastikan bahwa pemerintah semakin terbuka dan akuntabel (demokratis). pemerintah dikatakan demokratis apabila setiap pengambilan keputusan yang menyangkut hajat hidup orang banyak (publik) selalu dilakukan secara terbuka dan melibatkan masyarakat yang akan terkena dampak dari keputusan tersebut. Oleh karena itu, pemerintah yang demokratis menjamin ketersediaan informasi publik dan akses terhadap informasi publik tersebut karena menyadari hanya dengan bekal informasi yang cukuplah masyarakat dapat terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

3. Tujuan Pelayanan Informasi Masyarakat

Reformasi pada tahun 1998 telah membawa banyak perubahan pada Indonesia. Dari latar belakang pemerintahan yang tertutup dan penuh kerahasiaan tersebut perbaikan dan perubahan kearah pemerintahan yang lebih baik terus dilakukan. salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mendorong keterbukaan informasi publik yang diwujudkan dalam UU No. 14 Tahun 2008.

Tujuan diundangkannya Keterbukaan Informasi Publik adalah meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik dilingkungan badan publik, mengembangkan sistem penyediaan pelayanan informasi secara cepat, mudah dan wajar serta mengembangkan sistem dokumentasi yang baik untuk penyediaan dan penyimpanan informasi publik secara efektif dan efisien. Disamping itu tujuannya sesuai undang-undang adalah:

- a. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik dan proses pengambilan keputusan publik serta alasan pengambilan keputusan publik.
- b. Mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.
- c. Meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan badan publik yang baik.
- d. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik yaitu transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan.
- e. Mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak.
- f. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

- g. Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi diligkungan badan publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas.

4. Kendala Pemerintahan dalam Pelayanan Informasi Masyarakat

Berdasarkan data atau fakta empiris tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik di Indonesia masih belum optimal. Kualitas pelayanan publik yang belum optimal sebagaimana harapan Masyarakat, dapat mengurangi esensi tujuan pemerintah untuk mewujudkan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Untuk itu salah satu upaya yang harus segera dilakukan dalam mewujudkan pelayanan publik yang baik dan prima adalah mengoptimalkan keterbukaan informasi publik di dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Secara umum beberapa kendala/hambatan berkaitan dengan layanan informasi publik, seperti berikut:

- a. Masih lemahnya budaya pendokumentasian informasi terhadap aktivitas dan output kinerja sebagian besar badan publik
- b. Masih lemahnya penghargaan dan perlakuan terhadap informasi bagi peningkatan kualitas hidup Masyarakat.
- c. Masih lemahnya sistem administrasi organisasi disebagian besar badan politik yang mengakibatkan kurang tertatanya aliran informasi di lingkungan badan public itu sendiri.

- d. Masih lemahnya sistem manajemen informasi di lingkungan badan publik sehingga mekanisme “retrieving” terhadap informasi untuk pelayanan publik sering mengalami kesulitan.
- e. Masih adanya “gap” yang cukup besar terhadap kualitas layanan informasi diantara badan public sehingga sulit untuk menentukan suatu standar baku bagi kualitas mekanisme layanan informasi
- f. Masih tersistematisnya proses penanganan layanan informasi masyarakat, baik ditingkat pusat, Tingkat daerah, maupun antara pusat dan daerah.³⁹

Keterbukaan (transparansi) menjadi salah satu alternatif di dalam mewujudkan penyelenggaraan pelayanan publik yang baik, pelayanan publik yang jauh dari korupsi maupun mafia pungutan liar (pungli). Keterbukaan informasi publik menjadi dasar dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang mendorong pemerintah, lembaga non pemerintah, dan masyarakat untuk lebih berperan atau berpartisipasi di dalam mewujudkan pelayanan publik yang prima. Keterbukaan Informasi Sebagai Bagian Dari Hak Asasi Manusia.

³⁹ Bambang Mudjiyanto, “Pelayanan dan Umpan Balik Informasi kepada Publik : Studi pada Humas Lembaga Informasi Nasional” (Universitas Indonesia, 2005), hal. 62.

C. Dinas Komunikasi dan Informatika

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) merupakan instansi yang bergerak di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi telekomunikasi, serana komunikasi dan deseminasi informasi, telematika, serta pengolahan data elektronik. Diskominfo juga mempunyai fungsi mengkoordinasikan dan pembinaan Operasional Perangkat Daerah (OPD) dan melaksanakan tugas lain dari Kepala Daerah sesuai tugas pokok dan fungsinya.⁴⁰ Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah, yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan atas desentralisasi dan tugas bantuan.

Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika membantu Bupati menyiapkan bahan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Kabupaten Madiun di bidang komunikasi dan informasi serta tugas pembantuan.⁴¹ Selain itu Diskominfo juga menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan Kebijakan di bidang komunikasi dan Informasi.
2. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi dan informasi.
3. Pelaksanaan administrasi dinas di bidang komunikasi dan informasi.

⁴⁰ Winarno Sugeng dan Septiem Mery, "Analisis Jaringan Komputer Dinas Komunikasi Dan Informatika," *Jurnal Informatika*, 3.1 (2012), hal. 31.

⁴¹ Diskominfo Kabupaten Madiun, "Tugas Pokok dan Fungsi," 2020 <<https://diskominfo.madiunkab.go.id>> [diakses 27 Februari 2024].

4. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

Tugas dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki uraian tugas dan fungsi sesuai masing-masing jabatan yang ada didalamnya, antara lain sebagai berikut:

1. Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik

Mempunyai tugas menyiapkan, merumuskan dan melaksanakan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervisi serta pemantauan, evaluasi dan pelaporan di Bidang Pembinaan Hubungan Masyarakat ke dalam dan keluar guna memperjelas Kebijakan Pemerintah Daerah untuk mendukung Kebijakan Nasional, melaksanakan koordinasi publikasi, penerbitan, dokumentasi dan hubungan media, penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media informasi publik, penyediaan akses informasi, pengelolaan opini dan aspirasi publik dilingkup Pemerintah Daerah serta pelayanan informasi publik.⁴²

2. Bidang Statistik

Dalam melaksanakan Sebagian tugas, kepala dinas mempunyai tugas meliputi menyusun kebijakan teknis, merencanakan program, menyelenggarakan, mengkoordinasikan, memfasilitasi, mendesiminasikan, monitoring, evaluasi dan pelaporan data bisang statistic sektoral. Untuk

⁴² Diskominfo Kabupaten Ponorogo, "Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik" <<https://kominfo.ponorogo.go.id/>> [diakses 27 Februari 2024].

melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, maka Bidang Statistik mempunyai fungsi, sebagai berikut:

- a. penyusunan rencana program dan kegiatan Bidang Statistik.
- b. perumusan kebijakan teknis di bidang statistik sektoral.
- c. pelaksanaan koordinasi, sinkronisasi, integrasi, fasilitasi dan kerjasama bidang Statistik Sektoral.
- d. pelaksanaan validasi kompilasi Produk Administrasi Data Statistik Sektoral.
- e. pelaksanaan monitoring, evaluasi dan laporan pelaksanaan tugas pada Bidang Statistik.
- f. pelaksanaan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas fungsinya.

3. Bidang Persandian dan Keamanan Informasi

Bidang Persandian dan Keamanan Informasi mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas yang meliputi mempunyai tugas menyusun kebijakan teknis, merencanakan program, menyelenggarakan, monitoring, evaluasi dan pelaporan tentang Tata Kelola Persandian dan Keamanan Informasi Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, maka Bidang Persandian, mempunyai fungsi:

- a. penyelenggaraan perumusan kebijakan teknis operasional bidang Persandian dan Keamanan Informasi, meliputi Tata Kelola Persandian dan Keamanan Informasi.
- b. pengembangan Tata Kelola Persandian dan Keamanan Informasi.

- c. penyelenggaraan rencana kerja bidang Persandian dan Kemanan Informasi, meliputi Tata Kelola Persandian dan Kemanan Informasi.
- d. penyelenggaraan koordinasi, integrasi dan sinkronisasi sesuai dengan lingkup tugasnya.
- e. penyelenggaraan monitoring, evaluasi dan pelaporan capaian kinerja bidang Persandian dan Kemanan Informasi, meliputi Tata Kelola Persandian dan Kemanan Informasi.⁴³
- f. melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas fungsinya.⁴⁴

D. Teori Uses and Gratifications.

Teori uses and gratification membedakan pentingnya kegiatan atau kegiatan aktivisme atau aktivisme agar dapat lebih memahami khalayak. Aktivitas berarti yang dilakukan konsumen media, dalam hal ini publik. Sedangkan aktivisme berarti berbicara tentang kebebasan yang dimiliki publik dan otonomi dalam situasi komunikasi massa. Aktivitas tersebut relatif dan berbeda untuk setiap individu.

Telah diketahui dalam tradisi studi media bahwa penelitian penggunaan dan kepuasan tidak menawarkan teori penggunaan media apa pun. Selain itu, Uses and gratification dipahami sebagai seperangkat konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Uses and gratification

⁴³ Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009).

⁴⁴ Diskominfo Kabupaten Madiun.

lebih berorientasi pada psikologis dalam arti merupakan cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media.⁴⁵ Griffin (2018) mengatakan bahwa ada typology (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut teori uses and gratification:

1. Passing time sebagai upaya untuk mengisi waktu luang.
2. Companionship untuk mendapatkan teman atau partner yang baru.
3. Escape untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah.
4. Enjoyment untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan.
5. Social Interaction untuk menciptakan hubungan dengan orang lain.
6. Relaxation sebagai tempat untuk relaksasi, membuat diri menjadi lebih santai.
7. Information untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap up-to-date.
8. Excitement untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan.⁴⁶

Dengan kata lain, pemirsa menggunakan media karena didasarkan pada motif tertentu. Perbedaan pola pemilihan media pada akhirnya menyebabkan perbedaan pola terpaan media dan pengaruhnya.

⁴⁵ Abelrman Robert, *Religious Television Uses and gratifications* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1987), hal. 293.

⁴⁶ Griffin Em, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition* (Boston: McGraw-Hill, 2018), hal. 20.

Motif berasal dari bahasa Latin, *movere* yang artinya bergerak atau *to move*. Menurut Branca theme berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu/merupakan *driving drive*. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai theme tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif juga merupakan sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup. Dalam teori *employments and delights* dijelaskan bahwa khalayak terlibat aktif dalam memilih media, di mana media di gunakan untuk memenuhi motif-motif kepuasan yang di cari khalayak seperti: informasi, pendidikan, dan hiburan.⁴⁷

Selain itu, Siregar dan Pasaribu menjelaskan bahwa setiap orang yang menggunakan media, ada tiga jenis motif. Berikut adalah tiga motif:

1. Motif Informatif.

Mereka mengatakan bahwa ada orang yang memiliki motivasi informatif. Motif informatif adalah upaya memperoleh kejelasan tentang kebutuhan terhadap informasi tertentu agar ia memperoleh tentang kejelasan sesuatu hal. Informasi yang memberi kejelasan tentang sesuatu yang digunakan

⁴⁷ Abelrman Robert, *Journal of Broadcasting and Electronic* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2018), hal. 293.

untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya.

2. Motif Pendidikan.

Ada yang mengatakan bahwa seseorang memiliki motivasi pendidikan, jika informasi yang diperoleh berdasarkan kebutuhan untuk informasi yang dapat digunakan untuk belajar atau memproses diri. Informasi yang diperoleh oleh pembaca berdasarkan alasan seperti: dapat digunakan untuk meningkatkan penampilan mereka. dalam interaksi sosial, meningkatkan pekerjaan mereka.

3. Motif Hiburan.

Seseorang disebut memiliki motif hiburan dikarenakan ia mencari informasi yang didapat untuk memperoleh kesenangan psikologis. Jadi, informasi itu digunakan dalam konteks kepentingan pribadi dan secara langsung tidak berkaitan dengan lingkungan sosialnya. Menurut McQuail theme/motif seseorang menggunakan media, yaitu: motif hiburan, yang menetapkan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari, motif integrator sosial, terjadi ketika mereka menggantikan media sebagai sahabat mereka, motif identitas pribadi, cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, dan motif informasi, tentang bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi.⁴⁸

Motif-motif di ataslah yang dianggap pada contoh nilai pengharapan Palmgreen merupakan kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna saat

⁴⁸ Ashadi Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Penyunting Rondang Pasaribu, Kanisius, 1998), hal. 15.

memakai suatu jenis media eksklusif. Dengan kata lain, pengguna akan menentukan suatu media eksklusif dipengaruhi secara eksklusif, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif dapat dimanipulasi dengan cara yang berbedayaitu fungsi tunggal (harapan untuk melarikan diri, kontak sosial atau kelompok bermain), fungsi ganda (pendidikan informasi, fantasi) Strike-escape, atau realisasi kebutuhan yang tidak dapat ditunda), empat fungsi (pengalihan, hubungan pribadi, identitas dan pengamatan pribadi, atau Observasi, Korelasi, Hiburan, Komunikasi Budaya dan Multifungsi). Jenis motif tidak terbatas, tetapi Blumler lebih sesuai dan mudah dioperasikan, Research Guide Blumler adalah kognitif (diperlukan untuk ekonomi dan informasi secara realitas) dan afektif yakni identitas pribadi (yaitu, menggunakan konten media apa yang penting dalam hidup atau situasi penonton itu sendiri).

Menurut Rosengren maksud “kegunaan” memberikan pengertian bahwa khalayak tidak dianggap sebagai pasif tetapi merupakan sebagian dari proses komunikasi yang aktif. Keterlibatan yang aktif ini pula seterusnya mendorong kepada pemilihan isi media yang sealiran dan yang dapat memenuhi keperluan serta minat khalayak. Penggunaan media adalah waktu yang dihabiskan pada waktu yang berbeda. Terdiri dari lamanya penggunaan media yang berbeda, jenis konten media yang digunakan dan perbedaan hubungan antara orang pengguna media dan konten media yang digunakan atau media secara umum. Selanjutnya menurut McQuail, manusia memiliki 4 alasan menggunakan media sosial yaitu:

1. Pengalihan (Diversion), yaitu melarikan diri dari pekerjaan sehari-hari dan masalah. Orang yang bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian.
2. Hubungan pribadi. Ini terjadi ketika seseorang menggunakan media atas nama teman.
3. Identitas individu sebagai cara untuk meningkatkan nilai individu. Misalnya, banyak siswa merasa bahwa dapat belajar lebih banyak dengan musik dari radio.
4. Monitoring (surveillance), yaitu informasi tentang bagaimana media membantu seorang individu mencapai sesuatu. Misalnya, orang menonton acara keagamaan di televisi untuk membantu mereka lebih memahami agama mereka.⁴⁹

Dengan kata lain, pengguna akan menentukan suatu media eksklusif dipengaruhi secara eksklusif, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Teori uses and gratifications ialah salah satu teori yang paling terkenal serta paling banyak dipergunakan peneliti pada memecahkan masalah penelitian terkait komunikasi massa. Pada perkembangan teknologi sekarang ini, internet menjadi media baru pula dan dianggap menjadi bagian asal media massa. Khususnya jika dilihat dari sudut pandang konvergensi yang mulai marak akhir-akhir ini. Pola media massa elektronik dan cetak yang mulai merambah ke global

⁴⁹ Humaizi, *Uses and Gratifications Theory* (Medan: USU Press, 2018), hal. 29.

internet, seperti e-paper, streaming, dll. Mereka memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi dimana saja serta lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya. dalam hal ini berarti sinkron dengan ciri media massa. McQuail sendiri juga menyatakan Bila internet merupakan jenis media baru yang menggabungkan radio, film dan televisi menggunakan teknologi sebagai penyebarannya. Maka dari itu banyak peneliti pada zaman sekarang yang menggunakan teori uses and gratifications dalam memecahkan penelitian terkait menggunakan media baru (internet). Banyaknya penelitian pada bidang teknologi media baru (internet) memakai teori uses and gratifications menunjukkan bahwa media baru (internet) juga diklaim menjadi media massa sebab uses and gratifications sendiri merupakan teori yang dipergunakan untuk memecahkan problem dalam komunikasi massa.⁵⁰

Dalam hal perkembangan dari media tradisional ke media baru, Uses and gratification sangat penting untuk mengidentifikasi peluang media baru untuk meningkatkan atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di masyarakat. Kajian ini juga membahas kegigihan kritik dan kelemahan teori uses and gratification hingga kebangkitan ini. Peneliti juga menjelaskan peran teknologi telekomunikasi dan peningkatan penggunaan dan kepuasan, dan dengan munculnya kemajuan teknologi komunikasi ini, orang harus berhadapan dengan berbagai pilihan media, dan alasan motivasi dan kepuasan menjadi sangat penting bagi publik. Bahwa teori ini sangat cocok digunakan oleh para

⁵⁰ Mass Arabi, *Media and Malaysian Images for Foreign Countries: A Uses and Gratifications Perspectives* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1986), hal. 124.

peneliti untuk melihat perkembangan berbagai teknologi media baru yang sedang populer.⁵¹

Pada dasarnya uses and gratifications selalu membawa pendekatan yang terkini di termin awal setiap media komunikasi massa baru. Ruggiero merumuskan 3 karakteristik berasal komunikasi berbasis personal komputer (internet) yang harus diteliti sang peneliti berbasis uses and gratifications, yaitu: Ruggiero, telah mengembangkan tiga fitur komunikasi komputer (Internet), yaitu:

1. Interactivity, menunjukkan keadaan ketika individu dalam proses komunikasi memiliki kendali dan dapat mengubah peran proses (komunikator-komunikan).
2. Demassification adalah kesempatan bagi pengguna media individu untuk memilih dari menu yang sangat luas/bervariasi. Tidak seperti media tradisional lainnya, Internet dalam hal ini memungkinkan penggunanya untuk menyesuaikan pesan dengan kebutuhan mereka.
3. Asynchrony artinya pesan yang dikirimkan melalui Internet dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun tetap berinteraksi dengan baik. Individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan pesan sesuai keinginannya. Untuk media televisi, asinkron berarti individu dapat menyimpan film di televisi dan kemudian menontonnya lagi di lain waktu.⁵²

⁵¹ Humaizi, hal. 5.

⁵² Humaizi, hal. 29.

Studi ini menjelaskan interaktivitas, demasifikasi dan asinkron. Penelitian ini juga lebih lengkap dengan penjelasan tentang model pemanfaatan dan kepuasan tradisional, dua dikotomi teoritis, model pemanfaatan dan kepuasan struktural, media komunikasi baru, internet dan uses and gratification. Uses and gratification dan metodologi kualitatif, gambaran teoritis tentang alat dan kepuasan. Uses and gratification sebagai teori yang valid, penggunaan dan kepuasan sebagai teori yang pada akhirnya terbaru, yaitu penggunaan dan kepuasan serta perannya di abad ke-21. Dalam penjelasan terbaru tentang penggunaan dan kepuasan serta evolusinya di abad ke-21, para ilmuwan menjelaskan bahwa internet adalah ekologi media baru yang mengubah struktur tentang hubungan antara media tradisional seperti cetak dan elektronik, dan menggabungkannya dengan teknologi, khususnya komputer dan satelit. Kami menikmati teks, suara, gambar, animasi, video, dan lainnya melalui internet. Internet menawarkan berbagai pilihan komunikasi. Jadi, jika internet adalah bidang kekuatan baru untuk aktivitas manusia, itu berarti ia juga merupakan kekuatan baru bagi penelitian uses and gratification.

Salah satu riset Uses and Gratifications yang saat ini berkembang adalah tidak hanya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). GS (Gratification Sought) adalah kepuasan yang

dicari atau diinginkan ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Sedangkan GO (Gratification Obtained) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu.⁵³



⁵³ M Krisyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 45.

BAB III

PAPARAN DATA

PELAYANAN INFORMASI MASYARAKAT MELALUI INSTAGRAM DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN MADIUN

A. Profil Akun Instagram @pembkabmadiun

1. Sejarah Akun @pembkabmadiun

Seiring dengan perkembangan zaman serta tuntutan era yang berbasis digital maka penting bagi pemerintah untuk ikut memanfaatkan teknologi demi keperluan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Akun Instagram @pembkabmadiun merupakan akun yang dikelola di bawah binaan Diskominfo Kabupaten Madiun yang beralamatkan di Jalan Mastrip Nomor 23, Mojorejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun. Peran Diskominfo sebagai humas pemerintahan dengan ini mempunyai tanggung jawab mengelola dan menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, Pengelolaan ini dilakukan selaras untuk mengoptimalkan segala bentuk informasi dan pengetahuan yang ada pada suatu kegiatan maupun fenomena di dalam lingkup Pemerintah Kabupaten Madiun untuk dapat disampaikan kepada masyarakat.

Akun @pembkabmadiun bergabung di Instagram pada tahun 2019. Hingga saat ini jumlah pengikut akun @pembkabmadiun terus meningkat. Perkembangan akun Instagram @pembkabmadiun terus berlangsung dan berkembang begitu cepat. Pada akhirnya seiring dengan meningkatnya jumlah pengikut, akun @pembkabmadiun juga memberikan dampak yang

besar kepada masyarakat, khususnya masyarakat Kabupaten Madiun.

Sesuai dengan pernyataan Oka Lintang:

“Untuk awalnya tentu saja didorong oleh keperluan penyebaran informasi. Sebagai pemerintah tentu saja banyak yang harus disampaikan kepada masyarakatnya. Apalagi sekarang semua orang punya handphone dan hampir semuanya juga punya media sosial, akhirnya kami membuat Instagram”.⁵⁴

Selain Instagram, Diskominfo Kabupaten Madiun juga mengelola akun Website, Youtube, dan Facebook yang digunakan untuk penyebarluasan informasi. Kemudian seiring dengan kehadiran media sosial Instagram yang berbasis untuk penyebarluasan foto maupun video secara efektif dan efisien, sehingga Instagram menjadi media yang kerap kali dipakai untuk menyebarkan informasi. Saat ini pengikut akun Instagram @pemkabmadiun per 23 Maret 2024 sudah mencapai 29,1 rb dengan postingan 2.590 termasuk foto dan video. Reportase yang disebarluaskan dalam bentuk berita foto maupun video dilengkapi dengan berita acara dalam bentuk caption. Sedangkan untuk topik yang diangkat sangat beragam terkait ekonomi, pendidikan, kesehatan, olahraga, sosial budaya, maupun kegiatan pemerintahan dalam lingkup Kabupaten Madiun.

⁵⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 001/W/23-03/2024

2. Struktur Organisasi

No.	Tugas	Anggota
1	Admin	Oka Lintang
2	Liputan	Dedik
3	Desain Grafis	Andra Hervan Rediaz Rahman

Tabel 3.1 Struktur Tim @pemkabmadiun

3. Profil dan Logo @pemkabmadiun

a. Profil @pemkabmadiun

Nama : Pemkab Madiun
 Alamat : Jl Mastrip Nomor 23, Kecamatan Taman, Kota Madiun
 Kontak : 0813-3908-9988
 Email : diskominfokabmadiun@gmail.com



Gambar 3.1 Tampilan Akun Instagram
 Sumber: www.instagram.com/pemkabmadiun

b. Logo



Gambar 3.2 Logo Akun Instagram
 Sumber: www.instagram.com/pemkabmadiun

B. Motif Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Diskominfo

Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Dengan adanya motif inilah seseorang ataupun kelompok melakukan suatu tindakan atau aktivitas yang hendak mereka inginkan.

Pengguna Instagram saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan, hal ini menjadikan Instagram memiliki peran penting dalam pembentukan sebuah citra lembaga. Citra merupakan sebuah pandangan atau persepsi khalayak, masyarakat terhadap sesuatu, hal ini yang menjadikan citra sangat dianggap penting bagi instansi atau lembaga terkhusus lembaga pemerintahan. Pengalaman sebuah instansi atau lembaga mampu membentuk citra, baik itu citra positif atau citra negative yang akan menentukan bagaimana citra dari lembaga tersebut. Citra bukan hanya dilihat dari riwayat pengalaman sebelumnya saja, tetapi dapat dilihat dari berbagai media, salah satunya media sosial Instagram.

Sebagai lembaga yang berprofesi sebagai Humas dalam pemerintahan, Diskominfo Kabupaten Madiun dapat dianggap sukses ketika berhasil menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan juga bisa membuat citra Lembaga pemerintahan menjadi baik di mata publik. Diskominfo Kabupaten Madiun sudah menjadi jembatan dari Pemerintah Kabupaten Madiun (Internal) ke masyarakat kabupaten Madiun (Eksternal) yang bertujuan agar masyarakat

kabupaten Madiun mengetahui informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Madiun. Dony sebagai ketua bidang mengungkapkan bahwa:

“Bisa dilihat sendiri bahwa sampai saat ini kami sebagai pihak yang mengelola akun @pemkabmadiun belum pernah mengalami respon yang kurang baik dari Masyarakat. komentar negatif pun jarang sekali kami terima. Kalau untuk aduan terkadang memang ada tapi masyarakat menyampaikannya melalui DM Instagram, jadi bisa langsung kami atasi dan bantu”⁵⁵

Media sosial membuat lembaga pemerintah dan masyarakat menjadi lebih cepat dekat dan informasi yang disampaikan pemerintah tersampaikan kepada masyarakat sehingga menjadi hal yang dibutuhkan. Dengan cara mengelola konten insagram di media sosial untuk lebih menarik minat pembaca atau pencari informasi. Pengelolaan citra pemerintah melalui media sosial sangat efektif karna selain menjaga citra lembaga dengan komunikasi langsung, dengan kata lain pemerintah mejadi lebih mudah menjaga citra dari sebuah lembaga dengan cara memberikan informasi-informasi yang semenarik mungkin

Kebutuhan akan informasi merupakan hal pokok bagi manusia pada masa ini, akan jadi permasalahan apabila kebutuhan akan informasi tidak terpenuhi. Manusia mengandalkan informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya seperti menambah pengetahuan, meningkatkan keterampilan, mengurangi ketidakpastian, memperoleh kepuasan dan lain sebagainya.

Dengan semakin berkembangnya teknologi serta munculnya media sosial yang perlahan menenggelamkan media massa dan media tulis, membuat

⁵⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 002/W/26-03/2024

informasi harus dibagikan menggunakan media sosial. Dengan hadirnya berbagai macam media massa sekarang, membuat Diskominfo Kabupaten Madiun juga harus memiliki beberapa media massa tersebut, termasuk diantara salah satunya: Instagram. Dengan berbagai kelengkapan fiturnya yang semakin mempermudah pemerintah untuk berinteraksi dengan Masyarakat. Kecanggihan fitur-fitur Instagram juga menjadikan alasan Diskominfo Kabupaten Madiun dalam menggunakan Instagram sebagai media informasi. Realisasinya, Diskominfo Kabupaten Madiun tidak ingin ketinggalan perihal perkembangan teknologi saat ini, untuk itu Instagram juga dijadikan sebagai ruang untuk membangun kepercayaan publik.

Penggunaan media sosial sebagai platform penyebaran informasi adalah salah satu terobosan Diskominfo Kabupaten Madiun untuk menyampaikan informasi kepada setiap bagian dari masyarakat. Pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi bukanlah hal baru untuk saat ini, Diskominfo Kabupaten Madiun memanfaatkan instagram sebagai media publikasi dengan tujuan memudahkan interaksi dengan masyarakat, sebagai wadah dalam mengenalkan dan mempublikasikan program dan kebijakan pemerintah, serta dapat dijadikan suatu tempat untuk melakukan klarifikasi jika terjadi suatu kesalahpahaman. Seperti yang diungkapkan Oka Lintang dalam wawancara:

“Informasi yang dibuat dalam akun Instagram tersebut ditujukan buat masyarakat Kabupaten Madiun pastinya. Aksesibilitasnya juga mudah dan dapat diakses semua orang, krna tidak diprivate dan mudah terbaca. Untuk keakurasian informasinya 100 akurat karna didapat dari sumber terpercaya, respon masyarakat pun tentu saja baik karna dengan ada akun tersebut, masyarakat lebih

mengetahui kegiatan dan kebijakan pemerintah. masyarakat sering menggunakan fitur DM untuk bertanya banyak hal, setiap hari pasti ada aja yang DM”⁵⁶

Perkembangan teknologi telah membuat banyak perubahan bagi manusia. Teknologi khususnya internet saat ini telah menjadi kebutuhan primer untuk mendukung berbagai macam aktifitas manusia seperti berinteraksi, berkomunikasi, hingga mencari dan mendapatkan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Segala kemudahan yang didapatkan tersebut kini dapat digunakan dimana pun dan kapan pun. Selain itu internet juga menyediakan media digital yang memfasilitasi penyampaian informasi secara lebih baik dan lebih luas karena dilakukan secara digital. Salah satunya yang dibutuhkan masyarakat saat ini yaitu informasi mengenai suatu wilayah kota atau kabupaten untuk mengikuti perkembangannya dan informasinya melalui situs atau media digital yang dikelola oleh pemerintah secara langsung agar lebih relevan dan dapat dipercaya.

Diluncurkannya akun Instagram @pemkabmadiun memang difokuskan untuk memudahkan masyarakat Kabupaten Madiun untuk terus meng-update berita. Apalagi di situasi dan kondisi saat ini, keinginan masyarakat terkait informasi akan muncul setiap kali meskipun bentuk keinginannya berbeda-beda. Diskominfo Kabupaten Madiun harus benar-benar terbuka dalam informasi yang ada dan beritanya harus up to date dan factual (fakta). Diskominfo Kabupaten Madiun mempublish berita atau informasi ke akun Instagram mereka

⁵⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 001/W/23-03/2024

@pembkadmadiun dengan cepat dan informasi yang disampaikannya pun sesuai data dan tidak menyebarkan informasi Hoax.

Selain itu, akun Instagram @pembkadmadiun sebagai media informasi berbasis platform digital juga berusaha untuk memanfaatkan dampak dari dunia maya untuk mendukung masyarakat yang memiliki usaha, baik industri berskala kecil maupun menengah dengan turut mempromosikan produk melalui postingan Instagram @pembkadmadiun. Selain untuk memanfaatkan pengikut yang ada, hal ini tentu juga menjadikan akun Instagram @pembkadmadiun sebagai antusiasme dari media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Bahkan cara menawarkan suatu produk maupun jasa melalui Instagram juga terbelah baru dalam menarik minat dan perhatian masyarakat. Hal ini dianggap efektif karena dapat membuahkan hasil para pemilik UMKM dan mampu memperkenalkan berbagai kekayaan daerah berupa hasil alam maupun destinasi wisata yang ada di Kabupaten Madiun. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Dony, yaitu;

“Mulai dari kegiatan pemerintah, agenda pemerintah yang akan datang, kebijakan-kebijakan baru, promosi UMKM, Pariwisata dan kebudayaan di Kabupaten Madiun”.⁵⁷

Selain menjadi media promosi bagi para UMKM dan keanekaragaman di Kabupaten Madiun, Instagram @pembkadmadiun juga berupaya untuk menyampaikan kepada masyarakat terkait usaha pemerintah dalam meningkatkan daya beli masyarakat serta pengendalian inflasi daerah lewat

⁵⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 002/W/26-03/2024

pasar murah yang digelar oleh Pemkab Madiun melalui Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro.

C. Bentuk Informasi Yang Disampaikan Diskominfo Melalui Instagram Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

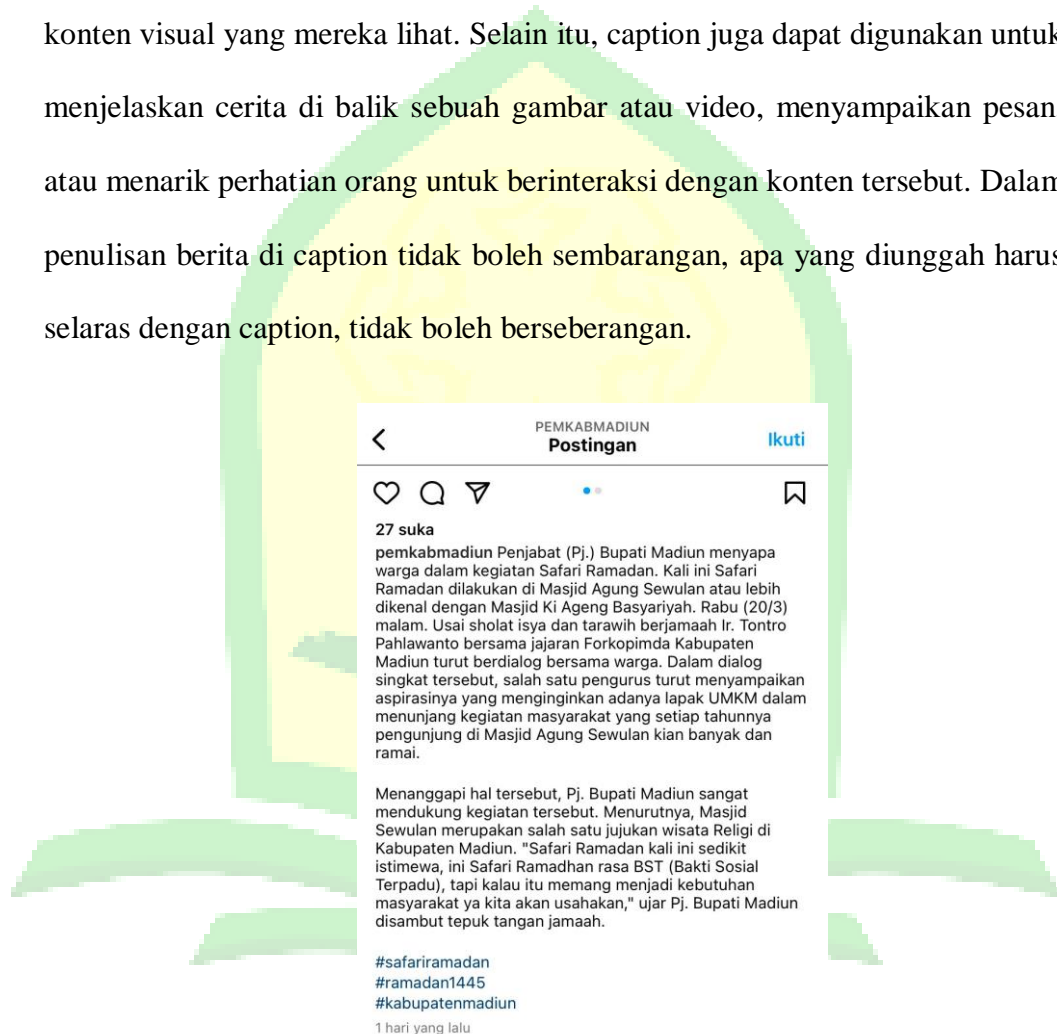
Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pada akhirnya membuat instansi pemerintah saat ini sangat terbantu. Keterbukaan dan kemajuan menjadi suatu hal yang wajib dalam memberikan layanan informasi kepada masyarakat. Media informasi dijadikan sebagai salah satu pijakan oleh instansi pemerintah dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat dalam menjalin komunikasi yang efektif dan efisien. Dengan adanya media informasi juga menjadikan masyarakat turut aktif dalam mengontrol arah dan tujuan dari layanan publik. Melalui pengelolaan media informasi oleh instansi pemerintah ini termasuk bagian dari inovasi dalam penggunaan teknologi.

Oka Lintang, Staff Bidang Informasi Komunikasi Publik Yang Bertugas Sebagai Admin Instagram menyampaikan bahwa informasi yang disampaikan Diskominfo pada akun Instagram @pemkabmadiun berbentuk berita atau narasi singkat yang tertera pada deskripsi (caption) dengan dilengkapi berupa foto atau dokumentasi yang terjadi secara langsung.

“Untuk macam macam informasi yang disampaikan termasuk kegiatan pemerintahan, kebijakan terbaru, informasi penting misalnya pelayanan di hari libur. Sedangkan bentuk informasi yang disampaikan berupa foto, infografis, dan video reels yang disertai dengan narasi yang lengkap di caption”⁵⁸

⁵⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 001/W/23-03/2024

Caption sendiri adalah teks yang ditulis sebagai deskripsi atau penjelasan untuk mendampingi sebuah gambar atau video. Fungsi utama dari caption adalah untuk memberikan konteks atau informasi tambahan kepada pembaca mengenai konten visual yang mereka lihat. Selain itu, caption juga dapat digunakan untuk menjelaskan cerita di balik sebuah gambar atau video, menyampaikan pesan, atau menarik perhatian orang untuk berinteraksi dengan konten tersebut. Dalam penulisan berita di caption tidak boleh sembarangan, apa yang diunggah harus selaras dengan caption, tidak boleh berseberangan.



Gambar 3.3 Caption Instagram

Sumber: www.instagram.com/pemkabmadiun

Selain keterangan yang dapat dipertanggungjawabkan, informasi yang disajikan berbentuk foto ataupun video dapat menyakinkan masyarakat bahwa informasi yang disebarluaskan benar-benar dapat dibuktikan. Dengan adanya foto maupun video juga mempunyai karakter tersendiri untuk mendeskripsikan

suatu peristiwa. Maka dari itu sebagai OPD yang bertanggung jawab menjadi jembatan antara lembaga dengan masyarakat, pengelola saat ini sedang gencar-gencarnya melaksanakan bermacam-macam upaya agar informasinya tersampaikan kepada masyarakat. Pada akhirnya sebelum dilakukan penyebaran informasi akan dilakukan kerja sama dengan timnya agar informasi yang disampaikan benar-benar maksimal. Dengan demikian, untuk menghasilkan konten yang menarik dan informatif di setiap postingannya merupakan daya tarik tersendiri yang dilakukan oleh pengelola media informasi.

“Bermacam-macam, apabila informasi tentang agenda atau kegiatan langsung biasanya berbentuk dokumentasi atau foto, kalau informasi himbauan atau yang lainnya biasanya berbentuk infografis, dan untuk bentuk video juga ada dan kami sajikan lewat reels Instagram”.⁵⁹

Informasi dalam media sosial instagram dikemas dalam bentuk yang bervariasi, meliputi foto/gambar, video, maupun infografis. Pesan atau informasi apabila disampaikan melalui gambar yang jelas akan lebih berdampak pada audiens sebagai pembaca dari pada informasi berbasis teks. Komposisi visual yang dituangkan dalam sebuah infografis meliputi gambar, ilustrasi, jenis font maupun warna yang digunakan juga dapat menarik pembaca untuk dapat dengan mudah memahami informasi atau berita yang disampaikan. Pada umumnya informasi tersebut dilengkapi dengan keterangan sederhana yang menjelaskan gambar maupun video yang diunggah.

⁵⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 002/W/26-03/2024



Gambar 3.4 Tampilan Postingan Instagram

Sumber: www.instagram.com/pemkabmadiun

Penyebarluasan informasi yang dilakukan akun @pemkabmadiun tidak hanya menggunakan fitur posting di halaman Instagram atau feed Instagram, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang menarik lainnya seperti Instastory dan Instagram reels, yang membantu keberhasilan akun @pemkabmadiun dalam proses penyampaian informasi. Oka Lintang menyampaikan bahwa:

“Kalo macam informasi yang disampaikan termasuk kegiatan pemerintahan, kebijakan terbaru, informasi penting misal pelayanan di hari libur. Dan bentuk informasi yang disampaikan berupa foto, rilis, infografis, video reels”⁶⁰

⁶⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 001/W/23-03/2024

Salah satu bentuk informasi audio visual adalah konten Instagram Reels dan sesekali Instagram Stories. Instagram Reels adalah format konten yang memungkinkan untuk membuat dan berbagi video pendek yang menarik. Berbeda dengan Instagram Stories, video yang diunggah di Instagram Reels tidak akan hilang secara otomatis setelah 24 jam. Banyak pembuat konten yang menggunakan reels untuk meningkatkan kehadiran mereka secara digital di Instagram.



Gambar 3.5 Tampilan Instagram reels

Sumber: www.instagram.com/pemkabmadiun

Sedangkan fitur Stories di Instagram juga relatif disukai oleh banyak pengguna. Dengan adanya Instagram Story, pengguna dapat mengunggah status

dalam bentuk foto, video, atau tulisan yang disertai stiker. Sederhananya, pengguna bisa begitu saja mengunggah foto di Stories tanpa harus mempertimbangkan estetika seperti yang dilakukan saat mengunggah sesuatu di feed Instagram. Sehingga dapat diartikan bahwa fitur instastory sangat ringan dan sederhana untuk digunakan dalam menyampaikan informasi sehingga lebih mudah untuk diterapkan dan dapat diterima Masyarakat dengan baik

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan media sosial yang memegang peran penunjukan informasi melalui media elektronik yang semakin meningkat. Maka dari itu, dalam mengenali media sosial harus dilakukan secara cermat terkait media apa yang dianggap efektif. Sehingga, pengelola ikut turut memanfaatkan Instagram dengan baik melalui konten-konten yang disajikan. Dalam akun Instagram @pemkabmadiun informasi yang disampaikan berisi informasi-informasi positif, inspiratif, dan edukatif seputar wilayah Kabupaten Madiun yang cakupan beritanya sangat luas.

D. Proses Pengelolaan Instagram Sebagai Media Informasi Diskominfo Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

Meningkatnya penggunaan internet di Kabupaten Madiun menjadikan satu dari sekian pemerintahan di Kabupaten Madiun telah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat dalam memberikan informasi pelayanan publik. Hal tersebut sesuai dengan yang peneliti amati di lapangan, bahwa Pemerintah Kabupaten Madiun melalui Diskominfo Kabupaten Madiun telah menggunakan platform media sosial Instagram sebagai media dalam pelayanan publik. Tercatat bahwa akun Instagram @pemkabmadiun adalah akun pemerintah terpopuler dan

tertinggi followers-nya dibandingkan dengan akun Organisasi Pemerintah Daerah lainnya yang ada di Kabupaten Madiun.

Dalam mengelola media sosial Instagram, Diskominfo Kabupaten Madiun memiliki satu bidang yang berwenang yakni bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP), Dimana bidang tersebut bertanggung jawab atas berbagai media yang digunakan Diskominfo Kabupaten Madiun dalam menyampaikan informasi kepada Masyarakat baik dari Website, Facebook, dan Instagram. Dalam mengolah informasi didalam bidang IKP terdapat seorang Wartawan, Desain Grafis dan penyusunan bahan publikasi. Data informasi tersebut kemudian dikemas menjadi sebuah konten yang faktual dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, kemudian konten yang telah disetujui oleh pimpinan diserahkan kepada Admin Instagram untuk dilakukan publikasi baik dalam bentuk postingan foto, video, instastory dan reels.

Dalam menunjang proses pengelolaan Instagram yang baik, perlu adanya berbagai upaya agar informasi yang diberikan dapat disajikan dengan maksimal kepada masyarakat. Pengorganisasian merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengatur sumber daya organisasi, baik itu manusia, materi, dan keuangan tujuannya agar dapat digunakan secara efektif dalam mencapai tujuan.

Dalam hal ini pengorganisasian yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Madiun adalah dengan membentuk tim khusus dalam mengelola media sosial instagram sebagai upaya dalam mewujudkan struktural organisasi dalam layanan informasi yang baik, diantaranya terdapat pola alur kerjanya yaitu setiap informasi yang didapatkan atau diberikan dari berbagai bidang diharuskan

mempunyai data yang akurat dan valid. Kemudian setelah diperiksa kebenarannya, data tersebut nantinya diserahkan kepada bagian desain grafis untuk disusun ke dalam bentuk infografis, foto, video/reels, maupun motion grafis yang selanjutnya konten yang telah disusun tersebut harus mendapatkan persetujuan dari pimpinan terlebih dahulu yang kemudian barulah admin Instagram dapat mempublisnya di media sosial Instagram @pembkabmadiun. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Oka Lintang selaku admin Instagram @pembkabmadiun:

“Tentu saja kami ada timnya, tim peliputan yang ambil video, suara, sama foto. ada admin yang ngemas konten, editing, upload, sama balas DM. untuk strukturnya meliputi dedik: foto, video, suara dan andra: desain grafis dan oka: editing, rilis, dan upload”⁶¹

Pengorganisasian yang telah dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Madiun melalui pembentukan struktur kerja tim di bidang IKP dalam mengelola layanan informasi media sosial instagram merupakan sebuah upaya yang dilakukan guna mewujudkan system layanan informasi yang baik pun hal tersebut didukung oleh pernyataan dari kabid humas dan admin instagram bahwa segala informasi yang diberikan dari beberapa bidang memang selalu ada pengolahan data yang valid terlebih dahulu yang kemudian informasi tersebut baru bisa dipublish ke media sosial instagram dengan dasar persetujuan dari pimpinan.

⁶¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 001/W/23-03/2024

Selanjutnya setelah pengorganisasian, terdapat proses pengarahan yang merupakan proses memberikan instruksi kepada karyawan dan sumberdaya organisasi agar dapat bekerja dengan efektif dalam mencapai tujuan dari organisasi serta membangun hubungan dengan baik antara atasan dan bawahan. Dalam hal ini Diskominfo Kabupaten Madiun mengupayakan pengarahan struktur kinerja yang baik kepada admin media sosial agar mereka dapat termotivasi serta semangat dalam mengelola layanan informasi yang diberikan. Dony Adi Saputra mengungkapkan:

“Kalau untuk isntagram sendiri kami sebagai tim biasanya saling sharing saja, mulai dari proses pra posting sampai selesai di posting biasanya kami ngalir aja dan saling memberi masukan, tidak ada keharusan dari pimpinan atau bidang lainnya dalam bentuk konten yang akan disajikan.”

Pengarahan yang dilakukan yaitu membangun hubungan baik dengan para admin merupakan suatu usaha dalam mewujudkan kinerja sumber daya yang lebih baik sehingga dampaknya adalah admin Instagram merasakan adanya kepuasan dalam bekerja pun hal tersebut dapat mempengaruhi terhadap sistem kinerja admin dalam pengelolaan layanan informasi yang diberikan melalui media sosial instagram maka oleh sebab itu pengelolaan media sosial instagram dalam Pelayanan Informasi Publik pada Diskominfo Kabupaten Madiun telah berjalan dengan baik.

Proses selanjutnya ialah proses pengendalian, dimana merupakan suatu kegiatan yang dilakukan guna memastikan bahwa kinerja dari suatu organisasi telah sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, kegiatan ini meliputi adanya evaluasi disetiap pengambilan keputusan serta membatasi sesuatu hal agar tetap

dalam batasan yang ditentukan. Dalam hal ini tindakan yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Madiun adalah dengan memisahkan fokus kerja dari setiap tim Pengelolaan Informasi Publik misalnya admin instagram dipegang oleh satu orang, Wartawan dikerjakan oleh satu orang, Desain Grafis dikerjakan oleh satu orang dan begitupun seterusnya. Hal tersebut dilakukan agar dapat mengendalikan susunan kerja tim yang lebih fokus kepada apa yang menjadi kewenangannya.



BAB IV

ANALISIS DATA PELAYANAN INFORMASI MASYARAKAT MELALUI

INSTAGRAM DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

KABUPATEN MADIUN

Akun Instagram @pemkabmadiun memiliki maksud dan tujuannya sebagai wadah untuk penyebaran informasi melalui media sosial yang positif, inspiratif, dan edukatif tentang Kabupaten Madiun kepada masyarakat luas dengan cepat dan masif tak terbatas waktu dan tempat. Akun Instagram @pemkabmadiun merupakan situs pemberitaan online yang menyediakan informasi dan berita seputar Kabupaten Madiun. Hal tersebut memang sejalan dengan visi Diskominfo Kabupaten Madiun yaitu terwujudnya pelayanan informasi yang transparan dan akuntabel serta meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi dan dokumentasi untuk menghasilkan layanan informasi dan dokumentasi yang berkualitas.

Pengelolaan media informasi di instansi pemerintahan membentuk sebagai objek yang wajib diperhatikan dalam menyebarluaskan informasi. Totalitas konten yang disebarluaskan ke media dapat dijadikan sebagai pendeskripsian diri suatu instansi. Informasi sendiri memiliki peran dalam komunikasi manusia sehingga karakteristik informasi dipadupadankan bersama jajaran pengelolaan untuk menyesuaikan informasi yang diperlukan setara dengan tugas yang dilaksanakan.⁶² Sebagaimana yang kita ketahui bahwa informasi termasuk sebuah pengetahuan

⁶² dkk Sri Ati, "Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan," hal. 1.9-1.11 <<http://repository.ut.ac.id/4042/1/ASIP4204-M1.pdf>>.

yang krusial dalam hidup bermasyarakat, maka dari itu informasi harus langsung bisa didapatkan maupun disebarluaskan langsung kepada masyarakat agar tidak terjadi kesalahpahaman (miss communication).

A. Analisis Motif Penggunaan Instagram Sebagai Sarana Informasi Diskominfo Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif juga merupakan sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.

1. Media Branding Pemerintah.

Pada era perkembangan teknologi saat ini telah memberikan banyak alternatif lain bagi pemerintah dalam melaksanakan kegiatan bersosialisasi dan berinteraksi dengan masyarakat. berkat adanya kemudahan dan keleluasan yang disediakan oleh Instagram, diskominfo kabupaten madiun berinisiatif untuk membuat akun Instagram @pembkabiadiun dengan tujuan membangun citra lembaga yang baik dimata masyarakat dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang diberikan. Dan hal itu membuahkan hasil yang baik dilihat dari antusiasme masyarakat dalam merespon berbagai informasi yang

disampaikan melalui Instagram dengan komentar-komentar yang baik. Selain itu ini juga merupakan penerapan dari Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai transparansi politik dan proses administrasi pengelolaan suatu instansi.

2. Media penyebaran informasi.

Dari penelitian yang dilakukan ditemukan data bahwa Diskominfo Kabupaten Madiun menggunakan akun Instagram @pembkabmadiun untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan atau agenda pemerintah, kebijakan baru yang dibuat pemerintah, media promosi UMKM dan event atau acara penting di sekitar lingkup Kabupaten Madiun. Digunakannya akun Instagram @pembkabmadiun sebagai media informasi masyarakat itu menunjukkan bahwa Diskominfo Kabupaten Madiun memiliki motif informasi dalam memanfaatkan akun Instagram @pembkabmadiun. Menurut Siregar dan Pasaribu motif informatif sendiri adalah upaya memperoleh kejelasan tentang kebutuhan terhadap informasi tertentu agar ia memperoleh tentang kejelasan sesuatu hal. Informasi yang memberi kejelasan tentang sesuatu yang digunakan untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya.⁶³

⁶³ Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hal. 57.

Berdasarkan pengamatan peneliti tentang motif penggunaan Instagram sebagai sarana informasi di Kabupaten Madiun merupakan cara yang efektif dan efisien. Karena, di Kabupaten Madiun masih sangat minim akan sumber informasi, dengan adanya gebrakan penyampaian informasi yang disampaikan melalui Instagram ini membuat masyarakat lebih mudah mengaksesnya. Selanjutnya dengan kecepatan penyebaran informasi ini menjadikan akun Instagram @pemkabmadiun sebuah wadah bagi masyarakat Kabupaten Madiun yang menikmati ataupun menyampaikan informasi, baik itu informasi terkait pemerintahan, informasi kebijakan baru, informasi event, dan informasi tempat wisata. Selain hal tersebut dengan berkembangnya akun ini membuat setiap elemen masyarakat mendapatkan wadah baru untuk melakukan promosi, baik itu sebuah produk, ataupun event yang akan diadakan oleh lembaga terkait.

3. Media Promosi

Sebagai upaya untuk pengoptimalisasian, akun @pemkabmadiun akan selalu berusaha untuk memaksimalkan informasi melalui kehadiran konten yang nantinya akan disebarluaskan untuk ikut terlibat dan terus mengikuti perkembangan yang dilakukan oleh publik, serta membantu proses penyampaian informasi menjadi lebih baik dan beragam. Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai Pihak pengelola akun Instagram @pemkabmadiun konsisten dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga inovasi yang dilakukan sangat

luas, seperti kegiatan memperkenalkan produk UMKM maupun perusahaan swasta yang melaksanakan kegiatan maupun memiliki nilai berita yang baik selama masih dalam lingkup Kabupaten Madiun.

Karena pada dasarnya Instagram memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga dalam berpromosi usaha mikro kecil dan menengah memiliki potensi yang cukup besar untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan UMKM tersebut. Kegiatan promosi produk yang dilakukan oleh pengelola Instagram @pembkabmadiun ini menggunakan fitur postingan (feed) dan atau Instagram Reels, dengan mengunjungi rumah produksi UMKM terlebih dahulu untuk melakukan peliputan berita lalu lanjut untuk diolah menjadi sebuah konten yang menarik dan dapat diterima dengan jelas oleh masyarakat. dengan begitu pemanfaatan akun Instagram @pembkabmadiun tidak hanya sebatas menyebarkan informasi saja namun juga berdampak baik bagi pengusaha di lingkup Kabupaten Madiun yang memiliki Usaha UMKM agar dapat dikenal oleh Masyarakat luas dan mendapatkan keuntungan pendapatan lewat promosi tersebut.

B. Analisis Bentuk Informasi Yang Disampaikan Diskominfo Melalui Instagram Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

1. Caption

Menyampaikan Informasi tentu harus menyertakan keterangan yang valid mengenai berita yang disajikan baik berita berupa foto maupun video. Dalam hal itu akun instagram @pembkabmadiun menggunakan fitur caption

untuk menjelaskan kronologi atau runtutan berita yang disajikan. Dalam menulis caption akun instagram @pembkabmadiun selalu melibatkan unsur 5W+1H agar menyampaikan inti dari informasi yang di gali, serta informasi yang didapatkan juga lengkap untuk menghindari kesalahan tafsir dari masyarakat.

2. Instagram Post (Feed)

Konsep media informasi yang disampaikan pada akun Instagram @pembkabmadiun juga dibuat dengan konsep Instagramable karena masyarakat saat ini lebih menyukai sesuatu melalui visual, maka sebagai pengelola harus memahami cara agar konten berita yang disebarluaskan membuat tampilan (feed) yang menarik bagi masyarakat sebagai penerima informasi. Tampilan disusun berdasarkan ciri khas di masing-masing postingannya dengan menyepadankan tema, warna (tone) foto maupun membuat pola agar kelihatan rapi, bagus, dan berseni. Tampilan (feed) yang bagus menjadikan orang yang melihat dan mengikuti (follow) menjadi senang dan tidak monoton dalam melihat konten yang disajikan. Kemampuan untuk membuat konten memiliki peran besar dalam menciptakan tampilan yang menarik

3. Instagram Reels

Format informasi yang dapat disampaikan melalui Instagram sangat beragam tidak hanya foto saja. Maka dari itu akun Instagram @pembkabmadiun juga mengemas informasi nya kedalam sajian video pendek berdurasi 30 detik sampai 1 menit untuk memperjelas isi informasi

yang disampaikan sekaligus agar menjadi sajian yang berbeda dimata masyarakat. sehingga konten yang diberikan tidak monoton dan itu itu saja sehingga masyarakat pun dapat lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan.

Hasil penelitian menyatakan, bahwa akun Instagram @pemkabmadiun fokus untuk menyebarkan informasi memakai model berita yang dikemas ke beberapa jenis segmen ke dalam bentuk foto, video, infografis, dan deskripsi (caption) untuk memperjelas maksud dan isi informasi kemudian sehingga dapat segera disampaikan langsung kepada publik. Selain itu juga, konten berita yang disebarluaskan pada akun Instagram @pemkabmadiun meliputi konten promosi dan juga peristiwa-peristiwa terbaru lainnya sehingga akun Instagram @pemkabmadiun dapat diakses dan ditemukan secepat mungkin oleh masyarakat luas, khususnya oleh pengikutnya (followers) di Instagram.

C. Analisis Proses Pengelolaan Instagram Sebagai Media Informasi Diskominfo Kepada Masyarakat Kabupaten Madiun

Pengelolaan yang telah dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Madiun melalui pembentukan struktur kerja tim dalam mengelola layanan informasi media sosial instagram merupakan sebuah upaya yang dilakukan guna mewujudkan sistem layanan informasi yang baik pun hal tersebut didukung oleh pernyataan dari kabid IKP dan admin instagram bahwa segala informasi yang diberikan dari beberapa bidang memang selalu ada pengolahan data yang valid terlebih dahulu yang kemudian informasi tersebut baru bisa dipublish ke media sosial instagram dengan

dasar persetujuan dari pimpinan atau pihak terkait. Kemudian adanya bukti postingan publikasi pada paparan data memperlihatkan bahwa semua proses yang di kerjakan oleh kerja tim memang telah benar-benar dijalankan.

Pengelolaan media sosial Instagram dalam Pelayanan Informasi Publik pada Diskominfo Kabupaten Madiun memiliki beberapa indikator yang harus dipenuhi, diantaranya yaitu:

1. Organizing (Pengorganisasian)

Sistem pengorganisasian yang dibangun diskominfo kabupaten madiun dalam mengelola Instagram adalah membentuk tim kerja khusus dalam mengelola instagram @pembkabmadiun. Tim tersebut terdiri dari bagian liputan atau wartawan, bagian editing atau desain grafis, dan bagian admin yang mengoperasikan akun Instagram. Tim tersebut bekerja sama dengan tanggung jawab masing-masing dalam mengolah informasi yang akan disampaikan melalui Instagram.

2. Directing (Pengarahan)

Setiap konten yang diunggah melalui akun Instagram @pembkabmadiun pasti melalui persetujuan dari pimpinan terlebih dahulu, namun hanya terkhusus untuk konten tertentu saja seperti konten yang berkaitan dengan pihak lembaga lain sehingga membutuhkan persetujuan pimpinan agar konten yang diupload tidak menimbulkan kesalahpahaman. Sedangkan untuk konten hariannya, biasanya flessibel saja sesuai dengan konteks berita yang sedang

dikerjakan. Untuk perihal pendapat atau arahan bersifat fleksibel siapa saja dapat memberikan masukan.

3. Controlling (Pengendalian)

Pengendalian yang dilakukan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Kabupaten Madiun dengan memisahkan fokus kerja antara wartawan, desain grafis, dan admin media sosial Instagram sebagai upaya agar dapat mengontrol sistem kinerja dari satu bidang ke bidang media sosial lainnya merupakan sebuah bentuk pengendalian guna memaksimalkan kinerja yang sesuai dengan kewenangannya dalam hal ini didukung oleh pernyataan dari kabid IKP dan admin Instagram bahwa pemisahan tersebut benar adanya juga pengevaluasian kerap dilakukan untuk mengetahui kemungkinan adanya kesalahan yang harus ditindaklanjuti sehingga dapat meningkatkan kinerja yang lebih optimal.

Dapat ditarik kesimpulan, bahwasanya saat ini Diskominfo Kabupaten Madiun berusaha mengikuti perkembangan teknologi dengan melahirkan akun Instagram @pemkabmadiun sebagai media informasi yang mudah diakses Masyarakat. Dan untuk kondisi media informasi pada akun Instagram @pemkabmadiun dinilai sudah efektif dalam penyebaran informasi, hal tersebut berjalan sesuai tujuannya agar masyarakat paham terkait berbagai informasi, kebijakan dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau OPD-OPD di Kabupaten Madiun, dan berbagai konten yang disediakan oleh pengelola akun Instagram @pemkabmadiun. Media baru beberapa tahun ke belakang dijadikan sebagai sarana yang dipercayai

oleh berbagai pihak dengan kepentingan masing-masing, tidak lain halnya karena keefektifan dan keunggulan dari berbagai macam fitur yang ditawarkannya dengan membawa gaya baru, namun maksud dan tujuannya tetap sama yaitu untuk menyebarkan informasi. Tidak lain halnya dengan akun Instagram @pemkabmadiun yang memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di Instagram untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.



BAB V

PENUTUP

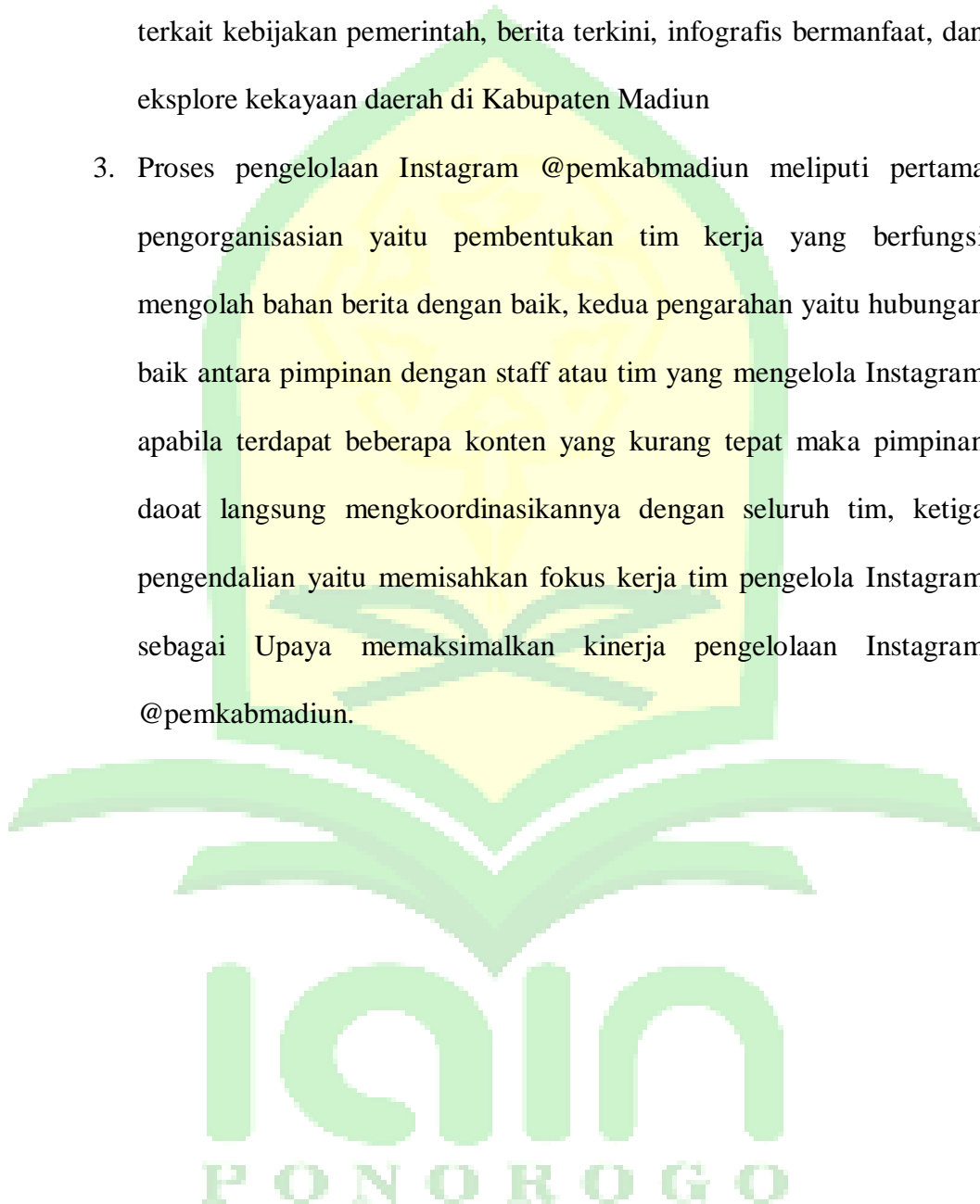
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang pelayanan informasi Masyarakat melalui Instagram di dinas komunikasi informatika kabupaten madiun, maka diperoleh beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Motif penggunaan akun Instagram @pemkabmadiun sebagai sarana informasi, yaitu sebagai media branding pemerintah, sebagai media informasi dan media promosi. Motif media branding pemerintah ada karena sebagai pihak yang bertanggung jawab menyebarkan berbagai informasi kepada masyarakat, pemerintah harus mampu pula membangun hubungan baik dengan masyarakat maupun pihak lain. Kedua Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @pemkabmadiun sebagai media menyampaikan informasi kepada Masyarakat. sedangkan Motif sebagai media promosi dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @pemkabmadiun sebagai media mempromosikan atau memperkenalkan berbagai potensi daerah Kabupaten madiun mulai dari kekayaan wisata, budaya dan UMKM nya.
2. Bentuk informasi yang disampaikan melalui Instagram terbilang mengikuti perkembangan trend terbukti dengan setiap postingannya fokus untuk menyebarluaskan informasi memakai model berita yang

dikemas ke beberapa jenis segmen ke dalam bentuk foto, video, infografis, dan deskripsi (caption) untuk memperjelas maksud dan isi informasi. Sedangkan isi informasi yang disampaikan berupa informasi terkait kebijakan pemerintah, berita terkini, infografis bermanfaat, dan explore kekayaan daerah di Kabupaten Madiun

3. Proses pengelolaan Instagram @pembkabmadiun meliputi pertama pengorganisasian yaitu pembentukan tim kerja yang berfungsi mengolah bahan berita dengan baik, kedua pengarahan yaitu hubungan baik antara pimpinan dengan staff atau tim yang mengelola Instagram apabila terdapat beberapa konten yang kurang tepat maka pimpinan dapat langsung mengkoordinasikannya dengan seluruh tim, ketiga pengendalian yaitu memisahkan fokus kerja tim pengelola Instagram sebagai Upaya memaksimalkan kinerja pengelolaan Instagram @pembkabmadiun.



B. Saran

1. Bagi Akademis

Diharapkan karya tulis ini dapat dimanfaatkan untuk rujukan dan mengembangkan pengetahuan keilmuan bagi peneliti selanjutnya untuk menyelesaikan penelitian tentang pengelolaan media informasi, dan dapat mengembangkannya berdasarkan tema yang berbeda.

2. Bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun sebagai pengelola akun Instagram @pemkabmadiun

Diharapkan untuk pihak pengelola media informasi dapat mengembangkan akun Instagram @pemkabmadiun agar dapat berjalan lebih maksimal, sebagai humas pemerintahan yang mempunyai tanggung jawab besar dalam mengelola informasi, maka dinilai berhasil apabila informasi yang dikelola dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Adapun tujuan lainnya agar jangkauan media informasi dapat meningkat sehingga pesan dapat tersampaikan lebih maksimal dan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arabi, Mass, *Media and Malaysian Images for Foreign Countries: A Uses and Gratifications Perspectives* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1986)
- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Renika Cipta, 1996)
- , *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x* (Jakarta: Renika Cipta, 1996)
- Burhan, Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Damayanti, Luh, Kadek Suwena, dan Iyus Haris, “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat,” 11 (2019) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/20048>>
- Darmawan, Deni, dan Nur Fauzi Kunkun, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013)
- Diah Wardhani, *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi* (Graha Ilmu Yogyakarta, 2008)
- Diningrum, Widia, “Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Sosial” (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020)
- Diskominfo Kabupaten Madiun, “Tugas Pokok dan Fungsi,” 2020 <<https://diskominfo.madiunkab.go.id>> [diakses 27 Februari 2024]
- Diskominfo Kabupaten Ponorogo, “Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik” <<https://kominfo.ponorogo.go.id/>> [diakses 27 Februari 2024]
- Dwiyanto, Agus, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gajah Mada Pers, 2005)
- Em, Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition* (Boston: McGraw-Hill, 2018)
- Enterprise, Jubilee, *Instagram untuk Bisnis, Hobi, & Desain Garfis* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021)
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013)
- Humaizi, *Uses and Gratifications Theory* (Medan: USU Press, 2018)
- Husein, Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009)
- Indriani, Eka, “Sejarah dan Perkembangan Instagram,” 2017

- Krisyantono, M, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Kriyanto, Rachmad, *Teknik Praktik Riset-Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006)
- lexy j, moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007)
- Maharani, Verisha Erina, dan Amalia Djuwita, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang,” *e-Proceeding of Management*, 7.2 (2020), 4566–74
<<https://tekno.tempo.co>>
- Mudjiyanto, Bambang, “Pelayanan dan Umpan Balik Informasi kepada Publik : Studi pada Humas Lembaga Informasi Nasional” (Universitas Indonesia, 2005)
- Quinn Pathon, Michael, *Qualitative Education Methods* (Beverly Hills: Sage Publication, 1987)
- Riani, Ni, “Strategi Peningkatan Pelayanan Publik,” 1 (2021)
- Rizaty, Monavia Ayu, “Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022,” *DataIndonesia.id*, 2022
<<https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>> [diakses 25 Februari 2024]
- Robert, Abelrman, *Journal of Broadcasting and Electronic* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2018)
- , *Religious Television Uses and gratifications* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1987)
- Rohmadi, Arif, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016)
- Ryaas, Rasyid, *Desentralisasi dalam Menunjang Pembangunan Daerah dalam Pembangunan Administrasi di Indonesia* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1998)
- Saiffudin, Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta (Pustaka Pelajar, 1998)
- Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Kanisius, 2007)
- Siregar, Ashadi, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Penyunting Rondang Pasaribu, Kanisius, 1998)
- Solichah, Aulia, dan Iman Nurhotimah, *Pengawasan Pelayanan Publik* (Jakarta: Jejak Pustaka, 2021)
- Sri Ati, dkk, “Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan”
<<http://repository.ut.ac.id/4042/1/ASIP4204-M1.pdf>>

- Sugeng, Winarno, dan Septiem Mery, “Analisis Jaringan Komputer Dinas Komunikasi Dan Informatika,” *Jurnal Informatika*, 3.1 (2012)
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Alfabet, 2012)
- Umar, Husain, *Metode Pnelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009)
- Yanti, Susi, “Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun” (IAIN Ponorogo, 2022)
- Zamzami, Muhammad Abid Rifqy, “Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)” (IAIN Ponorogo, 2022)



