

**PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM @ponorogo.tourism* SEBAGAI  
MEDIA INFORMASI PUBLIK**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Alwaha Havidza**

**302200006**

Pembimbing :

**Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd**

**NIP. 199108112020122020**

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

**2024**

**PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM @ponorogo.tourism* SEBAGAI  
MEDIA INFORMASI PUBLIK**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1) pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

Oleh :

**Alwaha Havidza  
302200006**

Pembimbing :

**Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd  
NIP. 199108112020122020**

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

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alwaha Havidza

NIM : 302200006

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM @ponorogo.tourism* SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI PUBLIK.**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan tulisan hasil karya sendiri, bukan pengambilan karya orang lain kecuali pada bagian tertentu yang menjadi rujukan sumbernya.

Ponorogo, 06 Mei 2024  
Yang Membuat Pernyataan

  
  
**Alwaha Havidza**  
NIM. 302200006

## NOTA PEMBIMBING

Ponorogo, 06 Mei 2024

Hal : Persetujuan Munaqosyah Skripsi  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama  
Islam Negeri Ponorogo

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah kami baca atau teliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Alwaha Havidza  
NIM : 302200006  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Manajemen Pengelolaan Akun *Instagram*  
*@ponorogo.tourism* Sebagai Media Informasi Publik.

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui pada sidang munaqosyah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing



Rizqi Akbarani, S.Pd.J., M.Pd

NIP. 199108112020122020

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara/I :

Nama : Alwaha Havidza  
NIM : 302200006  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul : Manajemen Pengelolaan Akun *Instagram @ponorogo.tourism* Sebagai Media Informasi Publik.


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosyah.

Ponorogo, 06 Mei 2024

Mengetahui,  
Ketua Jurusan



Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

  
Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd  
NIP. 199108112020122020



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

**PENGESAHAN**

Nama : Alwaha Havidza  
NIM : 302200006  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul : Manajemen Pengelolaan Akun *Insgtargram*  
*@ponorogo.tourism* Sebagai Media Informasi Publik.

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

Hari : Jum'at

Tanggal : 31 Mei 2024

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

Hari :

Tanggal :

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A.
2. Penguji 1 : Galih Akbar Prabowo, M.A.
3. Penguji 2 : Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd.

(.....)  
(.....)  
(.....)

Ponorogo,

2024

Mengesahkan



*Dr. Ahmad Munir, M.Ag.*  
NIP. 196806161998031002


## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alwaha Havidza  
NIM : 302200006  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul : Pengelolaan Akun *Insgtargram @ponorogo.tourism* Sebagai Media Informasi Publik.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id) Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 06 Mei 2024



**Alwaha Havidza**  
NIM. 302200006

## MOTTO

“Gali ruang dirimu di internet, itu adalah investasi terbaik, dimana kamu bisa berekspektasi dan berbagi karya.”

*Austin Kleon<sup>1</sup>*



---

<sup>1</sup> Kapanlagi.com. 88 *Kata-Kata Online Media Sosial, Keren dan Gokil Buat Update Status*. <https://plus.kapanlagi.com/88-kata-kata-online-media-sosial-keren-dan-gokil-buat-update-status-42981d.html>



## ABSTRAK

**Alwaha Havidza.** 2024. *Pengelolaan Akun Instagram @ponorogo.tourism Sebagai Media Informasi Publik*. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd.

**Kata Kunci : Manajemen, Instagram, Informasi Publik**

Manajemen merupakan aspek penting yang perlu diterapkan dalam setiap instansi atau lembaga, tujuannya agar membantu dan mempermudah dalam hal pengelolaan dan pengembangan lembaga. Manajemen bisa dilakukan di berbagai hal, salah satunya dalam hal manajemen pengelolaan media sosial. Salah satu media sosial yang sering digunakan dalam hal penyebaran informasi publik lembaga saat ini adalah *Instagram*. Akun *Instagram @ponorogo.tourism*, merupakan akun kelolaan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo yang kini dimanfaatkan sebagai alat *branding* baik dalam hal program, *event*, informasi maupun berita-berita. Selain itu, dalam pemanfaatan tersebut tentu diperlukan pengelolaan yang baik dalam mengembangkan dan menjalankan akun. Penelitian ini akan membahas tentang manajemen pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik.

Rumusan masalah yang diambil adalah bagaimana pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* beserta hambatan dalam proses pengelolan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana manajemen pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi pada akun *Instagram @ponorogo.tourism*.

Hasil dari penelitian ini yakni sebagai berikut : *Pertama*, pengelolaan yang dilakukan oleh akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik seperti melihat isu-isu atau fenomena yang terjadi pada tahap perencanaan, melibatkan beberapa orang dalam tahap pengorganisasian, melakukan pelaksanaan dan pengawasan terhadap program atau tugas yang dijalankan, dan melaksanakan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilaksanakan dan mengembangkan pada agenda-agenda selanjutnya. *Kedua*, hambatan-hambatan yang terjadi ketika melakukan pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* seperti, ketidaksiapan dalam mengolah informasi di lingkup internal dan terjadinya respon publik yang memicu perspektif negatif terhadap konten berita di lingkup eksternal.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabil'amin, puji syukur peneliti sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya berupa nikmat ilmu pengetahuan yang sangat besar sehingga, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan bagi manusia dan rahamat bagi seluruh alam, serta para sahabat dan pengikutnya. Rasa syukur dipanjatkan atas hadirat-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Akun *Instagram* @ponorogo.tourism Sebagai Media Informasi Publik”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana (S1) dan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial pada Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Penelitian skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya pertolongan dan rahmat dari Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
3. Kayyis Fithri Ajhuri, M.A. selaku Ketua Jurusan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

4. Rizqi Akbarani, S.Pd.I., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing dan memberi motivasi kepada peneliti sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena tidak ada karya yang sempurna kecuali karya Allah SWT. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, bagi pembaca pada umumnya dan bagi peneliti sendiri khususnya demi pengembangan ilmu pengetahuan

Ponorogo, 10 Juni 2024  
Peneliti



**Alwaha Havidza**  
NIM.302200006



**IAIN**  
**PONOROGO**

## PERSEMBAHAN

Ucapan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas petunjuk dan karunia-Nya, sehingga saya diberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengelolaan Akun *Instagram @ponorogo.tourism* Sebagai Media Informasi Publik”. Sholawat serta salam tidak lupa saya lantunkan kepada Nabi Muhammad SAW sang penerang kehidupan. Atas kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya (Alm) Bapak Ahmad Syamsuddin dan Ibu Hartini yang selalu mendoakan sehingga di beri kelancaran hingga saat ini.
2. Zaenal Arifin, kakak yang selalu memberi motivasi penulis dan juga berjuang bersama demi senyum orang tua.
3. Guru guru yang saya sayangi, yang telah membimbing saya dari TK sampai ke Perguruan Tinggi, yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu dengan kasih sayang yang tulus.
4. Semua pihak Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Ponorogo yang telah membantu peneliti, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Keluarga besar Komunitas Film Manual Production yang selalu memberi dukungan motivasi dan semangat untuk penulis
6. Teman - teman seperjuangan saya dan seluruh teman teman KPI angkatan 2020 khususnya kelas KPI Broadcasting A yang telah bersama dalam menuntut ilmu selama ini, terima kasih atas doa dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Telaah Pustaka.....	5
F. Metode Penelitian.....	11
1. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	11
2. Lokasi dan Penelitian .....	11
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	12
4. Data dan Sumber Data .....	12
5. Teknik Pengumpulan Data .....	13
6. Teknik Analisis Data.....	15
7. Uji Keabsahan Data .....	16
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN .....	17
<b>BAB II MANAJEMEN, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN INFORMASI PUBLIK</b> .....	<b>19</b>
A. Manajemen.....	19
1. Perencanaan (planning).....	19
2. Pengorganisasian (organizing).....	20
3. Pelaksanaan (actuating).....	23
4. Pengawasan (controlling).....	23

B. Hambatan Manajemen .....	24
C. Media Sosial.....	24
a. Jenis Media Sosial.....	25
b. Manfaat Media Sosial .....	26
D. Instagram.....	26
a. Keunggulan Instagram .....	28
b. Kelemahan Instagram.....	29
c. Manfaat Instagram .....	29
E. Informasi Publik .....	30
<b>BAB III PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA @ponorogo.tourism SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK.....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga .....	33
1. Akun Instagram @ponorogo.tourism.....	33
2. Visi dan Misi .....	35
3. Struktur Organisasi .....	37
B. Pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.....	38
C. Hambatan pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.....	47
<b>BAB IV ANALISIS PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @ponorogo.tourism SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK.....</b>	<b>48</b>
A. Pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.....	48
B. Hambatan pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Dokumentasi <i>Screenshot Profil Akun Instagram @ponorogo.tourism</i> .....	.....
.....	..35
Gambar 3. 2 Dokumentasi <i>Screenshot Konten Hard News di Instagram</i> .....	..40
Gambar 3. 3 Dokumentasi <i>Screenshot Statistik Bulanan Akun Instagram</i> <i>@ponorogo.tourism</i> dari 2021-2024 .....	..41
Gambar 3. 4 Dokumentasi proses evaluasi bulanan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga .....	..46



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sehari-hari semakin mudah dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi, terutama dalam hal mencari dan menerima data melalui internet. Perangkat teknologi komunikasi semakin memudahkan orang untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Komunikasi telah banyak berkembang seiring dengan perkembangan teknologinya. Munculnya media baru atau internet, misalnya salah satu hal yang dipengaruhi oleh teknologi.

Seiring berjalannya waktu, instansi maupun lembaga memiliki banyak cara untuk mempromosikan lembaga mereka. Mereka (admin) membuat akun khusus untuk menampilkan informasi dan program-program yang mereka jalankan, terutama mereka yang bekerja di bidang kuliner, fotografi, penyelenggara pernikahan, kafetaria ataupun destinasi dan kepariwisataan. Administrasi media sosial adalah proses yang umum di setiap organisasi, baik pemerintah swasta maupun sipil, besar maupun kecil, yang menghubungkan suatu sistem pengetahuan dimana orang dapat memahami hubungan, meramalkan akibat, dan mempengaruhi hasil dari kejadian, dan di mana orang secara teratur bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama melalui media sosial.

Media sosial yang paling sering digunakan untuk mempromosikan lembaga tersebut adalah media sosial *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah



aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan fitur digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk ke milik Instagram itu sendiri. Dengan adanya aplikasi tersebut, orang-orang yang menjadi followers dari si pengguna Instagram akan dapat melihat apa yang sedang di upload oleh si pengelola Instagram tersebut. maka berita, foto atau sejenisnya yang mereka siarkan akan tersebar luas ke publik.<sup>1</sup>

Dari berbagai macam platforms media sosial yang ada, di Indonesia saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat. Berdasarkan hasil survey we are social pada tahun 2023, Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia, dengan total sebanyak 89,15 juta pengguna. Dibawah negara lainnya seperti India sebagai pemuncak pertama sebanyak 229,55 juta, diikuti Amerika Serikat dengan 143,35 juta dan Brasil 113,5 juta pengguna.<sup>2</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang besar sebagai alat promosi yang dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang menggunakan Instagram sebagai media promosi utama. Sebuah studi yang dilakukan oleh Simply Measured mengungkapkan bahwa sebanyak 54 persen perusahaan dengan brand terkenal telah menggunakan Instagram sebagai media promosi . Selain itu, terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa kalangan

---

<sup>1</sup> Pratama, Rahmita. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Kafe Potret)*. (Sumatera Utara :Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017), Hal. 2.

<sup>2</sup> Databooks.co.id. *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke 4 di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>. [diakses pada 31 Oktober 2023, 12,46 WIB]

muda lebih tertarik pada promosi yang terdapat di Instagram.<sup>3</sup> Berdasarkan data-data tersebut, perusahaan perlu memperhatikan pengguna media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi yang penting. Sebagian masyarakat Indonesia telah menjadikan Instagram sebagai media internet untuk mencari informasi dalam memenuhi berbagai kebutuhannya.

Salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial Instagram yakni Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Ponorogo, dengan nama akun @ponorogo.tourism. Akun ini dikelola oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, khususnya pada bidang pemasaran dan ekonomi kreatif. Promosi aktifitas branding yang dilakukan oleh admin akun tersebut adalah upload baik berupa informasi, foto ataupun video yang berkaitan dengan program atau event yang sedang berlangsung, dimana hal tersebut berkaitan langsung baik dengan destinasi, budaya, pariwisata maupun ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Ponorogo. Tidak hanya disitu saja, akun media sosial @ponorogo.tourism juga banyak diikuti oleh media partner lokal ponorogo untuk membantu mempromosikan pariwisata, dari yang belum terkenal menjadi terkenal.

Dari fenomena tersebut, menandakan bahwa menariknya konten promosi yang diunggah oleh akun Instagram @ponorogo.tourism, ini didukung dengan adanya manajemen atau pengelolaan konten yang baik, dari segi penyusunan ide yang baik dan visual desain yang menarik baik itu berkaitan dengan event, pemberitaan ataupun informasi pariwisata lainnya. Terbukti hingga kini

---

<sup>3</sup> Rahman, Daniel. *Manajemen Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Viera Oleh-Oleh Pekanbaru*. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2023), Hal. 2.

pengikut dari akun Instagram @ponorogo.tourism sudah mencapai 16.443 ribu dan seribu lebih postingan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih akun Instagram @ponorogo.tourism karena berdasarkan observasi konten visualnya lebih baik dengan akun yang lainnya, sehingga menarik pengunjung untuk mencari informasi yang berisi postingan tentang kebudayaan, pariwisata, dan olahraga di Kabupaten Ponorogo, disamping itu juga tingkat kredibilitas yang tidak perlu diragukan kembali, karena informasi berpusat dari instansi pemerintahan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan Instagram dari akun @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik yang dikelola oleh bidang pemasaran dan ekonomi kreatif Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari paparan di atas, maka akan diteliti tentang pengelolaan pada *Instagram* @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik. Maka peneliti mengambil sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism yang digunakan sebagai media informasi publik ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi pada saat pengelolaan konten akun *instagram* @ponorogo.tourism yang digunakan sebagai media informasi publik ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengelolaan pada akun *Instagram @ponorogo.tourism* yang digunakan sebagai media informasi publik.
2. Untuk menganalisis hambatan yang dihadapi pada saat pengelolaan akun *instagram @ponorogo.tourism* yang digunakan sebagai media informasi publik.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi mahasiswa ataupun masyarakat umum yang mendalami tentang pengelolaan pada media sosial, terlebih pengelolaan produksi konten.

##### **2. Manfaat Praktis**

Bagi Pengelola *Instagram @ponorogo.tourism*, diharapkan mampu menjadi sarana evaluasi tentang pengelolaan konten di media sosial *instagram*. Serta sebagai bahan evaluasi mereka untuk meningkatkan kualitas pengelolaan pada produksi konten di *instagram*.

#### **E. Telaah Pustaka**

Penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti adalah pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Andan Ayu Salsabila (2022) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul Strategi Pengelolaan Akun *Instagram @ariesskuliner* Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner Di Ponorogo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media sosial, Adapun beberapa poin yang dijelaskan seperti pengertian, fungsi, manfaat, dan dampak media sosial. Tujuan dari penelitian ini

adalah agar dapat mengetahui strategi pengelolaan akun instagram @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa yang pertama, strategi pengelolaan akun Instagram @ariesskuliner yaitu dengan tahap perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi. Kedua, hasil yang didapat dalam mengelola akun @ariesskuliner yaitu adanya peningkatan follower yang signifikan setiap sebulan, dan pengusaha kuliner sangat puas dengan penyampaian konten yang disajikan secara menarik. Ketiga, tantangan dalam penegelolaan akun @ariesskuliner ini yaitu berupa mencari konten yang berbeda, adanya persepsi negatif, dan konsistensi dalam mengupload konten.<sup>4</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan saat ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif dan juga membahas pengelolaan media sosial Instagram. Dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya yaitu isi dari penelitian yang dahulu melihat bagaimana strategi pengelolaan instagram dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo, sedangkan penelitian saat ini melihat pengelolaan instagram dalam membentuk citra yang positif di Dinas Pariwisata..

Kedua, penelitian yang dilaksanakan oleh Octavia (2023) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul Manajemen Media Sosial *Instagram* Mucevher.co Dalam Memasarkan Produk. Pada penelitian ini teori yang digunakan yakni tentang Manajemen dan konsep operasional. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses manajemen media sosial *Instagram* Mucevher.co dalam

---

<sup>4</sup> Andan Ayu Salsabila. *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022)

memasarkan produk. Penelitian ini menemukan bahwa manajemen sosial media instagram yang terdiri dari beberapa aspek yaitu; pertama manajemen content melalui tahap pencarian referensi, pembentukan ide dan konsep, serta melakukan eksekusi dan mengatasi kendala. Kedua manajemen context fitur penyesuaian konten dan target pasar, dan diunggah berdasarkan jadwal menyesuaikan banyaknya akses pengguna. Ketiga manajemen communication pesan bersifat informatif dan interaktif kepada audiens, memuat beragam bahasan terkait aktifitas pemasaran. Keempat manajemen collaboration kerjasama melibatkan pihak lain diantaranya sebuah event, perorangan berupa promote dan endorsement, serta kerjasama melalui brand. Kelima manajemen connection menjalin relasi dan eksistensi atau keaktifan instagram, serta meningkatkan insight atau pengunjung instagram.<sup>5</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan adalah sama-sama membahas manajemen media sosial *Instagram*, dan yang membedakan adalah penelitian tersebut memfokuskan *Instagram* sebagai media pemasaran produk, berbeda dengan peneliti yang memfokuskan sebagai media informasi publik saja.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Michail Muhammad Fadhil (2023) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @faktanyagoogole Sebagai Media Informasi Dalam Menangkal Hoaks. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pengelolaan media sosial, dimana teori tersebut menjelaskan proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan,

---

<sup>5</sup> Octavia. Manajemen Media Sosial *Instagram* Mucevher.co Dalam Memasarkan Produk. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2023)

pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan-penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pengelolaan akun @faktanyagoogle dalam menangkal hoaks melalui pemanfaatan media sosial. Dalam penelitian tersebut Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai strategi pengelolaan akun Instagram @faktanyagoogle dalam menangkal hoaks dan membangun interaksi yang efektif dengan audiens. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi dalam memahami bagaimana media sosial, khususnya akun Instagram, dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang akurat dan menghadapi tantangan hoaks di era digital..<sup>6</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan adalah sama-sama membahas pengelolaan media sosial, namun yang membedakan adalah fokus dari peneliti adalah lingkup manajemen, berbeda dengan penelitian tersebut pada lingkup khusus yakni strategi.

Keempat, penelitian yang dilaksanakan oleh Safira Rahmatika (2023) Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul *Public Relation* Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata. Teori yang relevan digunakan tentang aktivitas *public relation*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui media apa saja yang digunakan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga, cara mengelola kegiatan promosi, dan hambatan serta

---

<sup>6</sup> Michail Muhammad Fadhil. *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @faktanyagoogle Sebagai Media Informasi Dalam Menangkal Hoaks*. (Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)

solusi dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa Media yang digunakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, yakni : (a) media konvensional; radio dan televisi (b) media baru (internet); *Instagram, Youtube, Facebook*, aplikasi (c) media luar ruangan; spanduk, baliho, *leaflet*. Semua media digunakan dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata seperti aktivitas periklanan menggunakan media konvensional berupa radio, televisi, dan sosial media (internet), penjualan tatap muka (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relation*) merupakan aktivitas komunikasi tanpa melalui media perantara jadi dilakukan langsung oleh praktisi *public relation*, kemudian Hambatan dan solusi *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, yakni ada dua faktor eksternal dan internal.<sup>7</sup> Objek yang dibahas sama yakni membahas pengelolaan media sosial instagram sebagai media informasi khalayak. Kemudian yang membedakan adalah jika penelitian tersebut dilakukan di wilayah Pemerintah Provinsi dimana tingkatan jumlah isi konten lebih luas dan banyak, berbeda dengan peneliti sendiri, dimana hanya cakupan konten Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.

Kelima, penelitian yang dilaksanakan oleh Putri Maharani Sekarbuana (2022) Fakultas Ushuluddin Adam dan Dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dengan judul Manajemen Konten Channel Youtube Arik Blink Untuk

---

<sup>7</sup> Rahmatika, Safura. *Public Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2023)



Melestarikan Musik Keroncong. Teori yang relevan digunakan tentang manajemen, manajemen konten, musik keroncong. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen yang digunakan Arik Blink meliputi, perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling). Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini melalui empat tahapan yaitu Perencanaan, meliputi kegiatan rapat yang diadakan oleh tim youtube Arik Blink setiap satu bulan sekali membahas mengenai persiapan dan apa yang saja dibutuhkan pada saat pelaksanaan. Pengorganisasian, manajemen konten yang baik tentunya terdapat sekelompok tim yang solid. Maka dari itu perlu adanya pengelompokkan pada bidang-bidang tertentu yang sesuai dengan skill atau kemampuan yang dimiliki oleh tim Arik Blink. Pelaksanaan, dilakukan oleh channel youtube Arik Blink dengan memberikan arahan kepada seluruh tim terkait tugas yang dilaksanakan sekaligus memberi kode pada saat pembuatan konten youtube. Pengawasan, dilakukan oleh tim youtube Arik Blink melalui rapat dan membahas mengenai hambatan-hambatan yang terjadi di lapangan, sekaligus mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi.<sup>8</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang manajemen dari sebuah konten di media sosial. Dan yang membedakan adalah platform dari peneliti tersebut adalah *Youtube* sedangkan peneliti sendiri berupa *Instagram*.

---

<sup>8</sup> Putri Maharani Sekarbuana. *Manajemen Konten Channel Youtube Arik Blink Untuk Melestarikan Musik Keroncong*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022), Hal. 80.

## F. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Ditinjau dari permasalahan yang ada, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan, seperti narasi, detail cerita, ekspresi, dan hasil konstruksi dari responden atau informan.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini, peneliti berupaya mencari data deskripsi dan memahami fenomena objektif mengenai pengelolaan pada akun *Instagram* @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik, terkhusus masyarakat Ponorogo.<sup>10</sup>

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Peneliti melibatkan pengumpulan data secara langsung di lapangan, bisa berupa observasi *online* berupa pengamatan konten-konten yang dibuat, wawancara kepada salah satu pengelola media dan diperkuat dengan dokumentasi yang diambil. Alasan mengambil jenis penelitian tersebut karena peneliti merasa memperoleh data dengan melihat situasi secara langsung akan memberikan tingkat keakuratan yang maksimal.<sup>11</sup>

### 2. Lokasi dan Penelitian

---

<sup>9</sup> Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Makassar :Syakir Media Press, 2021).

<sup>10</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Bandung :Alfabeta, 2013), 205-206.

<sup>11</sup> Ahmad, Busyairi, "Penerapan Studi Lapangan Dalam Meningkatkan Kemampuan Analisis Masalah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sosiologi Iisip Yapis Biak) *Implementation Of Field Studies To Improve Problem Analysis Ability (Case Study In The Student Sociology Iisip Yapis Biak)*," *Jurnal Nalar Pendidikan*. Vol. 8, No.1 (Juni, 2020), 64.

Lokasi pelaksanaan penelitian “Pengelolaan Akun *Instagram* Sebagai Media Informasi Publik” bisa secara langsung di Kantor Dinas Pariwisata, tepatnya di Jl. Pramuka No. 19A, Sultanagung, Nologaten, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur 63411. Selain itu wawancara juga tidak secara langsung melalui observasi atau wawancara *online*.

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah **Akun *Instagram* @ponorogo.tourism**. Dan objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah **manajemen pengelolaan**, tepatnya yang dilakukan oleh salah satu pengelola media tersebut.

### 4. Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan jelas, peneliti melakukan penelitian di lokasi langsung guna mendapatkan data yang valid. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini di antaranya yakni :

#### a. Jenis Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>12</sup> Peneliti menggali data primer langsung dari sumber informasi melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan masalah penelitian yakni pengelolaan akun *Instagram* @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.

#### b. Jenis Data Sekunder

---

<sup>12</sup> Septiawan. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta :Yayasan Obor Indonesia, 2007), 71.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan.<sup>13</sup> Data sekunder diperoleh melalui perantara seperti Profil akun *Instagram @ponorogo.tourism*, meliputi sejarah berdirinya akun Instagram serta contoh konten yang diperlukan.

Adapun sumber data yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini antara lain sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh bersumber melalui wawancara dengan pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism* dan beberapa *followersnya* sejumlah 2 orang yang bernama Ihsanul Hudiya Arliansyah dan Yoga Faisal Hasim.

b. Sumber Data Sekunder

Pada penelitian ini sumber data sekunder yang menjadi data tambahan bagi peneliti yakni pengkajian dokumen atau arsip yang mendukung penelitian ini seperti artikel, buku, internet, konten dan sumber informasi lainnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antaranya :

a. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan proses pengumpulan informasi dengan secara sistematis pada peristiwa, objek, ataupun fenomena yang menjadi

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

fokus penelitian.<sup>14</sup> Dalam hal tersebut, peneliti bisa mengambil data berupa aktivitas konten pada akun *Instagram*, seperti isi konten, *feedback audiens* terhadap konten, dan sebagainya.

b. *Interview* (wawancara)

*Interview* atau wawancara merupakan teknik yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden, narasumber, atau yang bersangkutan. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur dan mendalam. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>15</sup> Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan. Alasan peneliti memakai wawancara tidak terstruktur karena agar peneliti dapat menyesuaikan arah wawancara sesuai dengan tanggapan yang muncul dan memungkinkan untuk penyesuaian yang lebih baik terhadap kebutuhan peneliti.<sup>16</sup> Dalam kegiatan wawancara, peneliti akan bertanya terkait pengelolaan akun *Instagram* @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik kepada pengelola akun.

c. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan dengan pencarian data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, surat, *screenshot* foto ataupun video,

---

<sup>14</sup> Hasan, Muhammad, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Sukoharjo :Tahta Media, 2022), 160-165.

<sup>15</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Bandung :Alfabeta, 2007), 412.

<sup>16</sup> *Ibid.*, Hasan, dkk. 160-162.

dan lain sebagainya.<sup>17</sup> Guna memperkuat data-data sebelumnya yang dirasa belum mencukupi. Dalam penelitian nanti, peneliti akan mengambil beberapa *screenshot* pada akun *instagram*, bisa berupa *screenshot* postingan atau konten, dan sebagainya.

## 6. Teknik Analisis Data

Setelah tahap pengumpulan data dilakukan, berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, maka disini peneliti akan membuat sebuah transkrip dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Artinya peneliti nantinya harus menulis setiap pernyataan dari informan serta catatan yang memuat observasi, perasaan dan refleksi diri. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data interaktif dari Miles dan Huberman. Tahapnya dapat dirumuskan sebagai berikut :<sup>18</sup>

- a. Mereduksi hasil wawancara dan hasil pengamatan. Peneliti memilah data-data yang sesuai dengan tema utama yang akan diteliti. Disini peneliti telah memfokuskan bagaimana pengelolaan konten pada akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan dan peninjauan hasil wawancara dengan narasumber, observasi dan dokumentasi pada akun *Instagram @ponorogo.tourism*.
- b. Mengkategorisasikan dan menyajikan data-data tentang proses pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* yang sudah direduksi ke dalam beberapa sub topik. Dalam proses ini mengungkapkan secara

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, Hasan, dkk. 162-165.

<sup>18</sup> *Ibid.*, Savinatul Hasanah, 20-22.

keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca dan dipahami, biasanya yang sering disajikan adalah berbentuk naratif.

- c. Memberikan kesimpulan terhadap data-data yang sudah pasti, atau yang telah direduksi dan disajikan diatas. Bisa dideskripsikan ulang dan memberikan komentar atau argumentasi. Peneliti juga berusaha membuat kesimpulan yang mampu menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan sejak awal, yang berkaitan dengan bagaimana manajemen konten yang dilakukan pada akun *Instagram* tersebut sebagaimana menjadi media informasi publik.

#### 7. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengecekan keabsahan data dengan Triangulasi Sumber Data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.<sup>19</sup> Pada penelitian nanti, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto, yang berkaitan dengan pengelolaan akun *Instagram* @ponorogo.tourism Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*.

## **G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang paparan tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi yang nanti akan dibahas, mulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan telaah pustaka yang relevan tentang pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism*.

### **BAB II LANDASAN/KAJIAN TEORI**

Memuat uraian atau mengkaji tentang teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, seperti teori-teori tentang manajemen dan pengelolaan media *Instagram* serta informasi publik.

### **BAB III PAPARAN DATA**

Memuat secara rinci pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, kemudian lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data-data beserta sumber data penelitian dan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi pada penelitian tentang pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik.

### **BAB IV ANALISIS DATA**

Pemaparan analisis data yang nanti akan digunakan berupa teknik analisis data interaktif dari Huberman beserta tahapannya dan pengujian keabsahan data berupa Triangulasi data terkait bagaimana pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik.

### **BAB V PENUTUP**



Berisi sistematika pembahasan yang dibahas di setiap bab dan berisi juga daftar pustaka.



## BAB II

### MANAJEMEN, MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN INFORMASI PUBLIK

#### A. Manajemen

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya (seperti manusia, keuangan, waktu, dan teknologi) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen melibatkan sejumlah aktivitas dan keputusan yang dilakukan oleh para pemimpin atau manajer dalam suatu organisasi untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan tujuan organisasional. Adapun menurut Robbins dan Coulter dalam Kristina and Widyaningrum, manajemen adalah proses mengkoordinasi dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efektif dan efisien.<sup>1</sup>

Fungsi manajemen adalah serangkaian bagian-bagian dalam manajemen yang harus diaplikasikan, sehingga tujuan serta visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Adapun bagian-bagian dalam manajemen tersebut lebih dikenal dengan (*POAC*) Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).<sup>2</sup>

##### 1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting dan merupakan fungsi fundamental manajemen, karena *organizing*, *actuating* dan *controlling* harus terlebih dahulu direncanakan. Adapun pengertian perencanaan adalah kegiatan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan

---

<sup>1</sup> Addlan Ridho Pratama. *Aplikasi Manajemen Kehadiran Berbasis Android Pada Pt. Pertamina Fuel Terminal Jambi*. (Palembang :Universitas Sriwijaya, 2023), 23.

<sup>2</sup> Wijaya, Candra. *Dasar-dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*. (Medan :Perdana Publishing, 2016), 25-47.

membuat , serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasikan serta merumuskan aktivitas-aktivitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.

Dalam perencanaan harus diusahakan menjawab enam pertanyaan yaitu:

- a) Apa yang harus dikerjakan
- b) Mengapa harus dikerjakan
- c) Bagaimana harus dikerjakan
- d) Dimana harus dikerjakan
- e) Siapa yang mengerjakan

Karena perencanaan yang baik akan memperlancar proses visi dan misi perusahaan yang hendak dicapai. Dean R. Spizer dalam Munir dan Wahyu menyebutkan *“Those who fail to plan, plan to fail”* (siapa yang gagal dalam membuat rencana, sesungguhnya ia sedang merencanakan kegagalannya)

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan serangkaian pekerjaan yang melibatkan banyak orang untuk menempati unit-unit tertentu, seperti kerja-kerja manajerial, teknik dan lain sebagainya. Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas, menetapkan wewenang yang secara relative didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.

#### a) Manfaat Pengorganisasian

Tahap pengorganisasian sendiri memiliki manfaat dalam suatu manajemen atau perusahaan, diantaranya sebagai berikut :<sup>3</sup>

- 1) Mempermudah koordinasi antar pihak dalam kelompok.
- 2) Pembagian tugas sesuai dengan kondisi kekinian perusahaan.
- 3) Setiap individu mengetahui apa yang akan dilakukan.
- 4) Mempermudah pengawasan.
- 5) Memaksimalkan manfaat spesialisasi.
- 6) Efisiensi biaya.
- 7) Hubungan antar individu semakin rukun.

Kemudian daripada itu dalam fungsi dan manfaat pengorganisasian tersebut, memiliki proses-proses dalam menjalankannya sebagai berikut :<sup>4</sup>

##### 1) Mengacu pada Rencana dan Tujuan Manajemen

Proses pelaksanaan fungsi manajemen organisasi dimulai dari rencana dan tujuan, yang sebelumnya telah disusun. Tidak hanya itu, fungsi organizing ini, merupakan tindakan eksekusi dari rencana dan tujuan yang sebelumnya dibuat perusahaan. Jadi, ini merupakan tahap awal dalam upaya merealisasikan rencana dan tujuan manajemen perusahaan.

---

<sup>3</sup> Huda, Nurul. "Fungsi Pengorganisasian Dalam Manajemen" [https://www.researchgate.net/publication/341930800\\_Fungsi\\_Pengorganisasian\\_dalam\\_Manajemen](https://www.researchgate.net/publication/341930800_Fungsi_Pengorganisasian_dalam_Manajemen). [diakses pada 24 Maret 2024, 22.44 WIB]

<sup>4</sup> Mekarijurnal.id. "Fungsi Manajemen Organizing: Pengertian, Manfaat, Prinsip, dan Prosesnya." <https://www.jurnal.id/id/blog/fungsi-manajemen-organizing-sbc/> [diakses pada 03 April 2024, 00.46 WIB]

## 2) Menentukan Tugas Utama

Ketika rencana dan tujuan sudah disusun oleh perusahaan, tahap fungsi manajemen organizing berikutnya yaitu menentukan dan membuat rincian tugas utama pengorganisasian. Di bagian manajemen perusahaan terdapat berbagai level dan sub-sub bagian. Mulai dari manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan manajemen operasional, serta sub manajemen lainnya.

## 3) Membagi Tugas kepada Individu

Proses tahapan dari fungsi manajemen organizing berikutnya, yaitu melakukan pembagian tugas kepada masing-masing individu. Pada proses tahapan ini dapat dikatakan cukup krusial, karena eksekutor perencanaan yang telah disusun adalah individu atau karyawan. Keberhasilan mewujudkan perencanaan tersebut, akan ditentukan oleh setiap karyawan yang menjalankannya.

## 4) Mengalokasikan Sumber Daya

Setelah tugas sudah ditentukan dan sudah menunjuk masing-masing karyawan, maka proses fungsi manajemen organizing yang selanjutnya, yaitu mengalokasikan sumber daya perusahaan. Tahapan ini bertujuan untuk menggunakan, memanfaatkan, dan memberikan hasil yang maksimal untuk

perusahaan. Semua sumber daya yang dimiliki akan diperhitungkan, digunakan, dan dialokasikan secara tepat.

#### 5) Evaluasi Strategi Pengorganisasian

Evaluasi strategi pengorganisasian merupakan tahap akhir dari fungsi manajemen organizing. Evaluasi berguna untuk melihat kembali apa yang telah terjadi dan mengantisipasi risiko yang akan terjadi. Karena hal-hal buruk bisa saja terjadi kapan saja dan bahkan bisa terjadi tanpa disertai alasan.

#### 3. Pelaksanaan (*actuating*)

Fungsi penggerakan atau pelaksanaan merupakan usaha untuk menciptakan iklim kerjasama diantara staf pelaksana program sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Fungsi penggerakan tidak terlepas dari fungsi manajemen lainnya. Fungsi penggerak dan pelaksanaan dalam istilah lainnya yaitu *motivating* (membangkitkan motivasi), *directing* (memberikan arah), *influencing* (mempengaruhi) dan *commanding* (memberikan komando atau perintah).

#### 4. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan diartikan sebagai usaha menentukan apa yang sedang dilaksanakan dengan cara menilai hasil atau prestasi yang dicapai dan kalau terdapat penyimpangan dari standar yang telah ditentukan, maka segera diadakan usaha perbaikan, sehingga semua hasil atau prestasi yang dicapai sesuai dengan rencana.

Pengawasan atau pengendalian ini berkaitan erat sekali dengan fungsi perencanaan dan kedua fungsi ini merupakan hal yang saling mengisi, karena:

- a. Pengendalian harus terlebih dahulu direncanakan.
- b. Pengendalian baru dapat dilakukan jika ada rencana.
- c. Pelaksanaan rencana akan baik, jika pengendalian dilakukan dengan baik.
- d. Tujuan baru dapat diketahui tercapai dengan baik atau tidak setelah pengendalian atau penilaian dilakukan.

## **B. Hambatan Manajemen**

Dalam pelaksanaan manajemen khususnya dalam pelaksanaan manajemen konten media, seringkali instansi atau perusahaan dihadapkan dengan beberapa hambatan. Hambatan-hambatan tersebut bisa terjadi karena faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah kendala yang berasal dari dalam diri individu atau organisasi itu sendiri dan faktor eksternal adalah kendala yang berasal dari luar individu atau organisasi ini bisa berasal dari lingkungan eksternal.<sup>5</sup>

## **C. Media Sosial**

Media sosial telah menjadi bagian yang berkesinambungan dari kehidupan sehari-hari pada banyak orang di seluruh dunia. Dimana media tersebut menyediakan wadah untuk berekspresi pribadi, pertukaran informasi, dan

---

<sup>5</sup> Marhumi, "Pengaruh Faktor Internal, Eksternal Organisasi Dan Pendanaan Terhadap Mutu Perguruan Tinggi Dan Implikasinya Pada Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta," *Jurnal Bisnis*. Vol. 6, No. 1 (Oktober, 2018), 20-21.

interaksi sosial secara global. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform multimedia yang dirancang untuk mendukung pengguna dalam bisnis dan organisasi. Media sosial juga dapat digambarkan sebagai media online yang dapat meningkatkan hubungan sosial antar pengguna. Media sosial terutama digunakan oleh masyarakat umum untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial virtual.<sup>6</sup>

Media sosial memiliki fungsi sebagai berikut:<sup>7</sup>

1. memperluas interaksi sosial manusia melalui jaringan internet.
2. Mampu menghasilkan komunikasi dialogis antara banyak audiens.
3. Mentransformasi manusia yang awalnya hanya pemakai isi pesan berganti menjadi pembuat pesan itu sendiri.
4. Membuat personal branding bagi pengusaha atau pun masyarakat.
5. Sebagai media komunikasi.

a. Jenis Media Sosial

Menurut Nasullah, adapun salah satu jenis media sosial yang populer yakni Media Jejaring Sosial (*social networking*). Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia

---

<sup>6</sup> Kartini, dkk, "Teori Dalam Penelitian Media," *Jurnal Edukasi Nonformal*. Vol. 3, No.2 (September, 2020), 136.

<sup>7</sup> Rachmawati. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tribunnews.com*. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022), Hal. 22.



virtual.<sup>8</sup> Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupu membentuk jaringan pertemanan baru. Salah satu contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *Instagram*.

#### b. Manfaat Media Sosial

Beberapa manfaat menggunakan media sosial seperti mudah untuk mendapatkan inspirasi dan menjadi lebih kreatif, dan dapat berteman dan berjejaring dengan semua orang, tidak ada lagi hambatan komunikasi, kemudian dapat menemukan berbagai peluang bisnis, lebih mudah untuk mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia. Disamping itu, media sosial juga merupakan alat di Internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan secara virtual berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial.<sup>9</sup>

### D. Instagram

*Instagram* sendiri merupakan sebuah aplikasi *visual* atau aplikasi berbagi foto sekaligus mengambil foto dengan menerapkan filter digital dan membagikannya melalui postingan atau story Instagram. Adapun menurut Atmoko, Bambang Dwi pada tahun 2012, Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu

---

<sup>8</sup> Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 16, No. 2 (September, 2016), 2-3.

<sup>9</sup> Yusuf, Faidah, dkk, " *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera*" *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 2 No. 1 (April, 2023), 3.

menyebarnya di jejaring sosial, termasuk pemilik instagram sendiri. Satu filter yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada pranti bergerak.<sup>10</sup>

Indikator Media Sosial Instagram Media sosial Instagram pun akan semakin tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari. Sementara itu, indikator yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan pada pendapat ahli Atmoko, Bambang Dwi dalam bukunya *Instagram Handbook* yang menyatakan indikator dari sebuah media sosial yaitu :

1. *Hastag* Suatu label (tag) berupa kata yang diberikan awalan simbol tanda #. Fitur pagar (tanda pagar) ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto yang tersebar di instagram dengan label tertentu.
2. Lokasi/geotag Smartphone telah dilengkapi fitur geotag yang berguna untuk mengetahui lokasi tempat pengambilan gambar.
3. *Follow* Suatu sistem dengan menjadi mengikuti suatu akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram.
4. *Share* Jejaring sosial lain, juga tidak hanya dapat membaginya dalam instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.

---

<sup>10</sup> Utari, Monica, "Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princesssyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya," *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 2 (Oktober, 2017), 8-9.

5. *Like* Sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.
6. Komentar Bagian dari interaksi dalam instagram memberi komentar berupa saran, pujian atau kritikan.
7. *Mention* Menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto dan juga pada bagian komentar foto, bertujuan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang disinggung.

a. Keunggulan *Instagram*

Instagram memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu mudah dipahami, tidak ada batasan waktu, mudah digunakan, serta mudah dalam memberikan hal-hal yang bersifat baru. Keunggulan Instagram dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>11</sup>

1) Mudah dipahami

Semua orang dapat membagikan foto atau video dengan orang lain dengan mudah. Gambar adalah bahasa universal, sehingga mudah untuk cepat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

2) Waktu Tayang 24 Jam

Instagram aktif 24 jam penuh. Jadi setiap konten yang diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimanapun mereka berada oleh pengguna lain.

3) Kemudahan Penggunaan

---

<sup>11</sup> Andan Ayu Salsabila. *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner Di Ponorogo*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022), Hal. 34.

Tampilan dan penggunaan instagram sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup scrool layar untuk melihat foto baru, double tap untuk melakukan like. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

#### 4) Mudah Menyampaikan Hal Baru

Rasa keingintahuan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi tentang suatu hal yang baru salah satu alasan instagram lebih menonjolkan gambar daripada teks untuk menyampaikan produk baru dengan konsep unik agar mudah dipahami.

#### b. Kelemahan Instagram

1) Spamming Kemudahan yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan spamming.

Umumnya spamming banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa diatasi menggunakan/memberlakukan private di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

2) Tidak adanya penyaring konten Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut tentunya menjadikan Instragam sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.<sup>12</sup>

#### c. Manfaat Instagram

---

<sup>12</sup> Nainggolan Vitri, dkk. "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNSRAT Manado." *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, Vol. 7, No.4 (Oktober, 2018), 7.

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Selain itu, Instagram merupakan media social yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia. Pentingnya Instagram sebagai sarana promosi dapat dilihat dari sebagian besar pengelola yang menempatkan personel khusus untuk mengelola Instagram. Dengan cara memposting foto dan video agar bisa dilihat teman ataupun orang baru. Dapat digunakan juga sebagai media dakwah, berdagang, promosi wisata atau hanya membagikan foto pribadi.<sup>13</sup>

#### **E. Informasi Publik**

Informasi merupakan data yang telah diolah sehingga memiliki makna atau nilai bagi penerimanya atau *audiens*. Informasi sendiri dapat berupa fakta, pengetahuan, atau pesan yang disampaikan melalui berbagai media seperti tulisan, gambar, suara, atau video. Beberapa ahli mengungkapkan, salah satunya menurut Martin Halomoan Lumbangaol, informasi adalah hasil dari pemrosesan data yang relevan dan memiliki manfaat bagi penggunanya.<sup>14</sup>

Pada dasarnya, tantangan terbesar menyampaikan informasi dan komunikasi publik yang berkualitas, adalah mengemas dan mengelola informasi yang

---

<sup>13</sup> Afifah, Mega. *Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2021), Hal. 30.

<sup>14</sup> Maydianto & Muhammad Rasid Ridho, "Rancang Bangun Sistem Informasi Point Of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada CV Powershop," *Jurnal Comasie*. Vol. 04, No. 02 (Januari, 2021), 51.

dibutuhkan publik agar memiliki kualitas, akurat dan menarik. Sebab dengan adanya informasi yang sesuai dengan kebutuhan publik dan mudah diterima maka akan tercipta kepuasan publik, serta dengan informasi yang berkualitas maka kredibilitas lembaga pemerintah akan semakin diandalkan di mata publik.<sup>15</sup>

Informasi akan menjadi bernilai, semakin formal, dan ideal apabila didasarkan pada sepuluh sifat menurut Burch dan Strater berikut :<sup>16</sup>

1. *Accessibility*: sifat ini menunjukkan mudah dan cepatnya diperoleh keluaran informasi.
2. Luas dan lengkapnya (*comprehensiveness*): sifat ini menunjukkan lengkapnya isi informasi. Hal ini tidak berarti hanya mengenai volumenya, tetapi juga mengenai output informasinya.
3. Ketelitian (*accuracy*): berhubungan dengan tingkat kebebasan dari kesalahan pengeluaran informasi.
4. Kecocokan (*appropriateness*): sifat ini menunjukkan seberapa jauh keluaran informasi berhubungan dengan permintaan para pemakai. Isi informasi harus berhubungan dengan masalah.
5. Ketepatan waktu (*timeliness*): berhubungan dengan waktu yang dilalui dan yang lebih pendek pada saat diperolehnya informasi.
6. Kejelasan (*clarify*): atribut ini menunjukkan tingkat keluaran informasi dan bebas dari istilah-istilah yang tidak dipahami.
7. Keluwesan (*flexibility*): sifat ini berhubungan dengan dapat disesuaikannya keluaran informasi.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, Friyanto, Hal. 10.

<sup>16</sup> *Ibid.*, Addlan Ridho, Hal. 12.

8. Dapat dibuktikan (*verifiability*): atribut ini menunjukkan kemampuan beberapa pengguna informasi untuk menguji keluaran informasi dan sampai pada kesimpulan yang sama.
9. Tidak ada prasangka (*freedom from bias*): sifat ini berhubungan dengan tidak adanya keinginan untuk mengubah informasi guna mendapatkan kesimpulan yang telah dipertimbangkan sebelumnya.
10. Dapat diukur (*quantifiable*): sifat ini menunjukkan hakikat informasi yang dihasilkan pada sistem informasi formal.

Keterbukaan informasi publik merupakan suatu kewajiban yang harus diberikan oleh pemerintah dalam memperoleh informasi yang cukup dan mudah bagi masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat dapat ikut serta dalam pengambilan setiap kebijakan dan pengambilan keputusan yang tepat. Keterbukaan informasi publik juga dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi bagi setiap pemerintahan dalam melakukan tugas dan fungsinya. Berikut manfaat dari keterbukaan informasi publik yaitu :<sup>17</sup>

1. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan setiap keputusan kebijakan.
2. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintah, serta mengurangi praktik korupsi.
3. Implementasi keterbukaan informasi publik di Indonesia dilakukan melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

---

<sup>17</sup> Azizah, Nur. *Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Dinas Perhubungan Provinsi Aceh*. (Aceh :UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023), Hal. 30.

**BAB III**  
**PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM DINAS KEBUDAYAAN,  
PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA @ponorogo.tourism  
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK**

**A. Sejarah Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga**

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga mempunyai tugas membantu bupati melaksanakan urusan pemerintahan bidang Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga. Pembentukan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah yang mengamanatkan kepada setiap pemerintah daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar, antara lain mencakup komunikasi dan informatika, statistik dan persandian.<sup>1</sup>

Pada awal terbentuknya, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga merupakan gabungan dari 2 (dua) Dinas yaitu Dinas Pariwisata dan Dinas Pemuda dan Olahraga. Seiring dengan dinamika perkembangan dan adanya penataan kelembagaan baru Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo, sesuai dengan Peraturan Bupati Ponorogo No. 138 Tahun 2019 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olah Raga.<sup>2</sup>

1. Akun Instagram @ponorogo.tourism

---

<sup>1</sup> Rahmatika, Safira. *Public Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata*. (Ponrogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), Hal. 48-49.

<sup>2</sup> *Ibid.*



Akun *@ponorogo.tourism* merupakan akun yang bergerak di platform *Instagram* sebagai pusat informasi publik. Adapun isi informasi tersebut yakni seputar pariwisata, kebudayaan maupun *event* yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Ponorogo.

“Kalau latar belakang adanya akun Ponorogo Tourism itu ya yang jelas sebagai pusat informasi pariwisata dan event yang dimiliki oleh Dinas Budaya, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Ponorogo. Jadi sejak tahun 2016 itu sampai sekarang itu ya setelahnya pusat buat publish informasi segala event kegiatan dan informasi yang berkaitan tentang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan Olahraga keseluruhannya, Pokoknya yang berkaitan tentang pariwisata itu di akun Ponorogo Tourism.”<sup>3</sup>

Akun ini berdiri sejak tahun 2016, yang awal mulanya bernama Dinas Pariwisata Ponorogo, kemudian Dinas Kebudayaan, dan pada akhirnya di tahun 2021 sampai sekarang diambil nama *Ponorogo Tourism*.

“Kalau dulu sebenarnya kita fokusnya di *Ponorogo Tourism* itu kan kita Dinas itu sempat jadi namanya kan Dinas Pariwisata saja. Yang meliputi bidangnya kebudayaan pariwisata. Di tahun 2021 itu kan dimerger jadi Dinas Pemuda Rakyat itu akhirnya kembali lagi buat jika pun jadi satu karena namanya itu sudah terlanjur jalan setelahnya sudah dikenal orang makanya namanya tidak diganti tetap pakai *Ponorogo Tourism*. Meskipun di bawahnya itu juga menaungi pemuda dan olahraga seperti itu. Sejak 2021 itu ya mas? Ya, kalau *Ponorogo Tourism* itu. Kalau sebelumnya Dinas Pariwisata namanya, Dinas Pariwisata Ponorogo karena terus akhirnya Dinas Kebudayaan kan terlalu panjang akhirnya yang diambil *Ponorogo Tourism* itu.”<sup>4</sup>

Akun *Instagram @ponorogo.tourism* dikelola oleh salah satu anggota dari bidang ekonomi dan kreatif Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda

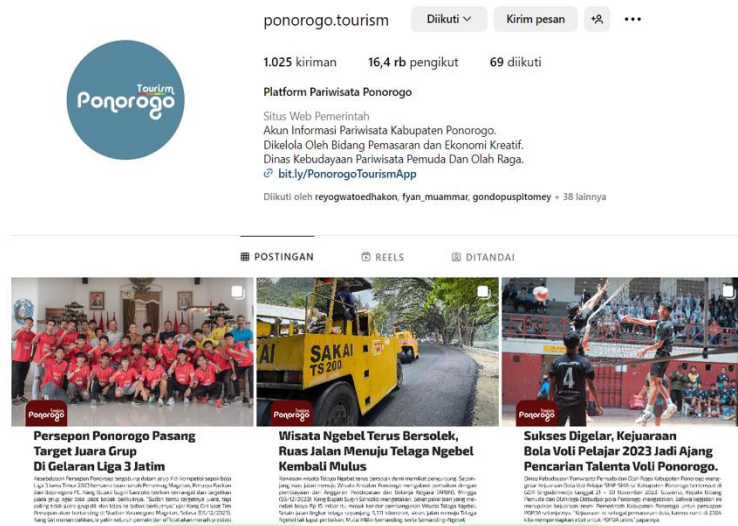
---

<sup>3</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-SEJARAH/08-03/2024.

<sup>4</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-SEJARAH/08-03/2024.

dan Olahraga Ponorogo. Pada tahun 2016 sampai 2019, akun tersebut dikelola oleh anggota yang bernama Franky Andrias Matalata. Kemudian pada tahun 2019 hingga sekarang dilanjutkan oleh anggota yang bernama Ganang Arya Mahendra.

“Kalau pengelola akun itu saya mulai megan mulai tahun 2019 sampai sekarang tahun 2024. Kalau sebelumnya yang pegang akunnya Mas Pepeng.”



Gambar 3. 1 Dokumentasi Screenshot Profil Akun Instagram @ponorogo.tourism (Sumber : [https://www.instagram.com/ponorogo.tourism?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/ponorogo.tourism?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==))

## 2. Visi dan Misi

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga memiliki Visi :  
 “Mewujudkan Kabupaten Ponorogo HEBAT (Harmonis, Elok, Bergas, Amanah, bertakwa Kepada Tuhan yang Maha Esa)”

Adapun mengacu pada pernyataan Visi di atas, maka Misi dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut :<sup>5</sup>

- a. Pertanian Hebat : Meningkatkan produktivitas petani melalui reformasi sistem pertanian 32 Disbudparpora, “Dokumen Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo” (Mahendra, 2022).
- b. Pendidikan Hebat : Mencetak generasi penerus yang unggul, kreatif, kritis, mandiri berkepribadian, beriman, berakhlak mulia dan bertakwa kepada Tuhan YME.
- c. Kesehatan Hebat : Mewujudkan hak dasar masyarakat dalam bentuk pelayanan kesehatan yang adil dan professional.
- d. Perempuan Hebat : Memberdayakan perempuan dalam perannya ikut mensejahterakan keluarga.
- e. Seni Budaya dan Pariwisata Hebat : Mereformasi sektor pariwisata dan merevitalisasi budaya asli Ponorogo yang berpusat pada Kesenian Reyog.
- f. Pemuda dan Olahraga Hebat : Meningkatkan pembinaan sektor kepemudaan dan olahraga sebagai bagian dari pembangunan manusia.
- g. UMKM Hebat : Mempersiapkan masyarakat khususnya UMKM untuk memasuki era ekonomi digital.

---

<sup>5</sup> “Visi Dan Misi Ponorogo Tourism,” Ayo Ke Ponorogo (blog), diakses 13 Maret 2024, <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/visi-dan-misi/>.

- h. RT Hebat : Memberdayakan dan menguatkan lembaga Rumah Tangga (RT).
- i. Pemerintahan Amanah : Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang amanah, bersih, efektif, transparan, bermanfaat, melindungi, berkeadilan dan berkelanjutan.<sup>6</sup>

### 3. Struktur Organisasi

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo merupakan unsur pelaksana penyelenggaraan pemerintah daerah dengan Susunan Organisasi Dinas sebagai berikut :<sup>7</sup>

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat;
  - 1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
  - 2) Sub Bagian Keuangan
  - 3) Sub Bagian Penyusunan Program dan Pelaporan.
- c. Bidang Kebudayaan;
  - 1) Seksi Seni Budaya
  - 2) Seksi Sejarah dan Nilai Tradisi
  - 3) Seksi Atraksi.
- d. Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif
  - 1) Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif
  - 2) Seksi Promosi dan Kerjasama
  - 3) Seksi Pengembangan Riset dan Pengolahan Data

---

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> “Struktur Organisasi,” Ayo Ke Ponorogo (blog), diakses 13 Maret 2024, <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/struktur-organisasi/>.

f. Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata;

- 1) Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata
- 2) Seksi Pemberdayaan Masyarakat dan Tata Kelola Destinasi
- 3) Seksi Pengembangan Industri Pariwisata

g. Bidang Pemuda dan olahraga

- 1) Seksi Kepemudaan
- 2) Seksi Peningkatan Prestasi Olahraga
- 3) Seksi Sarana Prasarana dan Pembudayaan Olahraga

**1. Pengelolaan akun Instagram @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.**

1. Perencanaan

Perencanaan media sosial adalah proses menentukan rencana dan tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan tertentu melalui berbagai platform media sosial, khususnya media sosial *Instagram*. Menentukan target audiens, membuat konten yang relevan, mengatur posting yang efektif, dan melakukan pengukuran dan analisis kinerja merupakan perencanaan yang sering dilakukan oleh para pengelola media.

Pengelola media akun *Instagram @ponorogo.tourism* mengungkapkan bahwa tidak ada perencanaan khusus dalam pengelolaan akun media, terlebih ketika membuat konten-konten informasi publik. Dalam arti, perencanaan lebih dilakukan secara kondisional sesuai isu-isu atau kegiatan yang perlu disoroti.

“Kalau perencanaan sendiri itu enggak ada sih. Dalam artian selama ini lebih ke let it flow aja. Jadi kita angkat isu yang lagi in, terus informasi apa, gitu.”<sup>8</sup>

Pengangkatan informasi berupa isu-isu dalam konten *Instagram* @ponorogo.tourism, didukung dengan tanggapan oleh beberapa *followers*, salah satunya Yoga Faisal Hasyim. Dia menanggapi tingkat keakuratan dari isu-isu yang telah di *publish*.

“Jika ditinjau dari segi keakuratan dalam informasi yang diberikan Saya rasa sudah akurat dengan bukti dokumentasi kegiatan yang sudah dilakukan yang sebelumnya sudah diinformasikan bahwa akan ada kegiatan tersebut begitu.”<sup>9</sup>

Hal tersebut juga didukung dengan salah satu *followers* lainnya, Ihsanul Hudiya Arliansyah. Ia menanggapi bahwa isu-isu yang didukung dengan *caption* atau deskripsi yang jelas, mampu menambah tingkat keaslian atau keakuratan informasi, namun beberapa alasan juga dipaparkan.

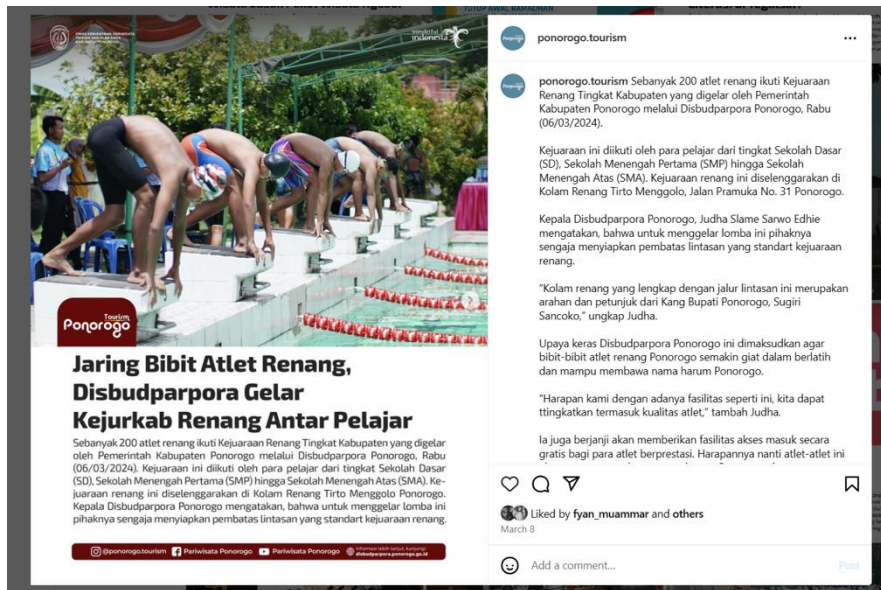
“Secara keseluruhan, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism terlihat cukup akurat. Mereka memberikan deskripsi yang jelas tentang destinasi wisata di Ponorogo dan kegiatan yang tersedia. Namun, karena informasi pariwisata dapat berubah dari waktu ke waktu, penting untuk memverifikasi informasi terbaru sebelum membuat rencana perjalanan.”<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PERENCANAAN/08-03/2024.

<sup>9</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024.

<sup>10</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 02/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024.



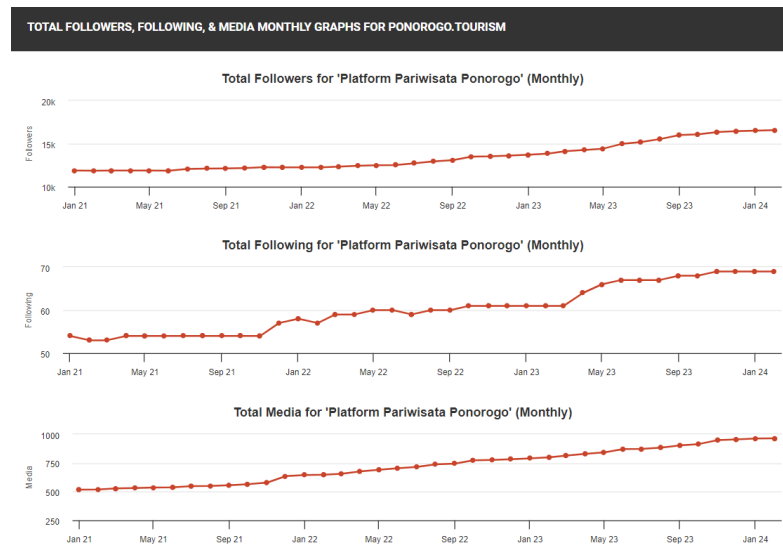
Gambar 3. 2 Dokumentasi Screenshot Konten Hard News di Instagram @ponorogo.tourism(Sumber : <https://www.instagram.com/p/C4QpN6tvnSG/>)

Kemudian daripada itu, perencanaan yang dilakukan terhadap akun Instagram @ponorogo.tourism lebih kepada penargetan jumlah atau total postingan akun.

“Tapi kalau untuk perencanaan secara mendetail tentang master plan konten itu tidak ada perencanaan akun mau dibuat seperti apa. Cuma mungkin target aja sih. Kalau target itu lebih ke total postingan itu sampai berapa gitu”<sup>11</sup>



<sup>11</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PERENCANAAN/08-03/2024.



Gambar 3. 3 Dokumentasi Screenshot Statistik Bulanan Akun Instagram @ponorogo.tourism dari 2021-2024 (Sumber : <https://socialblade.com/instagram/user/ponorogo.tourism/monthly>)

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses menentukan kelompok sesuai aktivitas yang dilakukan. Pengelompokan tersebut dilakukan oleh pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism, sebagaimana bertujuan untuk membatu proses pengelolaan akun Instagram. Adapun pembagian tugas atau pengorganisasian yang dilakukan seperti pengolahan informasi atau desain grafis dan penyaluran informasi (*upload* konten).

“Jadi kalau di Ponorogo Tourism itu di platformnya Instagram. Nah, di Dinas Pariwisata itu ada empat. Jadi dua desainer. Itu saya sama mas Cece. Terus yang konten writernya ada mas Rahmat. Sama yang, kan ada muara kita ada di website. Kalau di website itu yang ngelola ada mas Mahendro. Itu mulai tahun 2024. Kalau sebelumnya itu pengelolaannya sepenuhnya sebelum ada mas Rahmat sama mas Cece itu saya sendiri.”<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PENGORGANISASIAN/08-03/2024.



Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga mempunyai tugas membantu bupati melaksanakan urusan pemerintahan bidang Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga. Pembentukan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah yang mengamanatkan kepada setiap pemerintah daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar, antara lain mencakup komunikasi dan informatika, statistik dan persandian.<sup>13</sup>

Pada awal terbentuknya, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga merupakan gabungan dari 2 (dua) Dinas yaitu Dinas Pariwisata dan Dinas Pemuda dan Olahraga. Seiring dengan dinamika perkembangan dan adanya penataan kelembagaan baru Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo, sesuai dengan Peraturan Bupati Ponorogo No. 138 Tahun 2019 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olah Raga.<sup>14</sup>

### 3. Pelaksanaan

Pelaksanaan dalam fungsi manajemen merupakan fungsi yang paling krusial dalam menjalankan suatu program, khususnya dalam

---

<sup>13</sup> Rahmatika, Safira. *Public Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata*. (Ponrogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), Hal. 48-49.

<sup>14</sup> *Ibid.*

pengelolaan sebuah media sosial. Dalam hal ini, hasil perencanaan dan pengorganisasian akan dijalankan. Pengelola akun *Instagram* @ponorogo.tourism, Ganang Arya Mahendra bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan akun *Instagram* tersebut sesuai arahan dari kepala bidang Ekonomi dan Kreatif DISBUDPARPORA.

“Kalau pengarahannya itu, yang mengarahkan sebenarnya Bu Vivi dari Kapitan. Memang kalau yang bertanggung jawab, saya cuma menjaga tanggung jawab dari teman-teman saja. Biar tetap kerja sesuai dengan tugasnya. Jadi lebih ke, intinya yang membantu kontrol. Dan konten-konten yang ditargetkan itu agar bisa penuh dan tercapai.”<sup>15</sup>

Kemudian, *controlling* atau pengawasan juga dilakukan dari setiap kali konten *Instagram* yang akan dipublish. Hal tersebut dilakukan sebagai pelaksanaan tindak lanjut dalam meng *cross check* segala informasi yang tercantum dalam konten, salah satunya desain poster.

“Kalau pengawasan konten ya pasti sebelum posting. Apapun materi *Instagram* yang dibuat sama kita itu sebelum posting pasti melalui approval dulu. Setelah approval tentang postingan itu pertama ke Bu Vivi, Bu Vivi nanti ngirim ke Pak Judha (kepala dinas), jadi ketika udah oke baru kita berani publis.”<sup>16</sup>

Selain itu, dalam pelaksanaan pengelolaan akun yang dilakukan sesuai arahan, pengelola akun *Instagram* @ponorogo.tourism mendapati pengaruh atau *impact* terhadap pengelolaan yang instruksional.

“Pengaruh itu, dengan adanya pengorganisasian pembagian tugas sesuatu waktu itu. Dalam pelaksanaan itu semua bisa berjalan

---

<sup>15</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PELAKSANAAN/08-03/2024.

<sup>16</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PELAKSANAAN/08-03/2024.

sesuai *timeline*. Jadi bisa lebih tertib lah. Jadi kayak waktu *upload* poster juga bisa maksimal hampir 7. Bisa lebih tertentu. Soalnya kan udah ada pembagian *diboxing* masing-masing. Jadi lebih bisa buat nahan ulang.”<sup>17</sup>

Dari *timeline* atau konsistensi waktu yang sudah berjalan dalam penyebaran informasi berupa konten tersebut, didukung dengan pendapat beberapa *followers*. Salah satunya, *followers* yang bernama Yoga Faisal Hasyim.

“Dilihat dari jumlah postingan dan juga tanggal dalam memposting konten menurut saya mereka sudah sangat konsisten dalam menyampaikan informasi-informasi untuk masyarakat.”<sup>18</sup>

Pendapat yang sedikit berbeda juga diungkap oleh *followers* Ihsanul Hudiya Arliansyah, bahwa terkadang waktu atau konsistensi dari konten yang di *publish*, terkadang terganggu dengan beberapa hal.

“Secara keseluruhan, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism telah menunjukkan tingkat konsistensi yang cukup baik. Mereka secara teratur membagikan informasi tentang pariwisata di Ponorogo, tetapi ada beberapa kali di mana konsistensi tersebut mungkin sedikit terganggu. Meskipun demikian, upaya untuk menjaga konsistensi terlihat jelas dalam penyampaian konten mereka.”<sup>19</sup>

Kemudian daripada itu, beberapa fitur-fitur yang digunakan dalam mendukung pengelolaan akun, terlebih dimanfaatkan sebagai promosi informasi kepada publik, seperti *feed*, *snap*, *reels*, dan konten sponsor yang diperuntukkan pada *event-event* besar.

“Fitur yang biasa digunakan untuk *branding* atau penyebaran informasi kami ya seperti *snap* IG, postingan (*feed*), *reels* juga. Terus fitur yang sering juga kita gunakan biasanya bersponsor

---

<sup>17</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PELAKSANAAN/08-03/2024.

<sup>18</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024.

<sup>19</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 02/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024.

itupun by momentum ketika akan ada *event* yang besar ( seperti grebeg suro, PCF ).”<sup>20</sup>

Dari hasil data diatas bisa diambil kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism*, pengelola akun tetap menyesuaikan arahan dari kepala bidang, baik dalam jadwal postingan, pengawasan isi informasi atau konten, sehingga mampu mendapatkan hasil yang maksimal. Kemudian dalam pengelolaan akun *Instagram* juga didukung beberapa fitur-fitur unggulan *Instagram*.

#### 4. Evaluasi

Evaluasi merupakan Tindakan terakhir dalam suatu kegiatan manajemen, terlebih dalam manajemen akun media sosial, yang membutuhkan penilaian atas kinerja pengelolaan akun yang telah dilaksanakan. Apakah dalam hal tersebut perlu perbaikan atautkah pengembangan untuk kedepannya. Seperti halnya yang dilakukan oleh pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, melakukan evaluasi dari setiap konten yang sudah di *post* di setiap bulannya.

“Kalau evaluasinya itu ada setiap bulan. Setiap bulan yang sering ada rapat, itu kan di-evaluasi. Seperti bagaimana soal berita. Terus buat konten Instagram seperti apa. Jadi misalnya dari tiap bulan itu ada proses evaluasi-evaluasi. Kemudian, dari Bu Vivi tentang gimana buat bulan ini ada berapa konten yang dibuat. Kontennya tentang apa. Nah itu pembahasannya bareng-bareng dari semua bidang. Dari satu bidang itu kayak ya ngebantu lah, ngasih masukan. Mungkin postingannya ini yang lagi in apa, yang lagi menarik apa. Sesuai dengan isu-isu yang lagi in, kayak gitu.”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PELAKSANAAN/01-04/2024.

<sup>21</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-EVALUASI/08-03/2024.



Gambar 3. 4 Dokumentasi proses evaluasi bulanan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

Selain itu, pengukuran terhadap peningkatan *followers* juga dilakukan sebagai sarana pendukung evaluasi perkembangan akun *Instagram @ponorogo.tourism*.

“Kalau lonjakan paling banyak itu kemarin di tahun 2019. Jadi di tahun 2019 itu pertama kalinya ada tahun pariwisata, itu yang nama satu tahun itu adalah Downbeat, 72 event itu kan. Itu bener-bener impact-nya ke akun Instagram bener-bener naik. Dalam kan itu juga lagi in-in-nya Instagram kan di tahun itu. Jadi lonjakan followers-nya paling banyak di tahun 2019 itu.”<sup>22</sup>

Dapat diambil kesimpulan bahwa proses evaluasi yang biasa dilakukan oleh pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism* adalah dengan mengikuti evaluasi menyeluruh bersama kerabat-kerabat lainnya. Tujuannya adalah menghindari kesalahpahaman dan memperbaiki kinerja kerjasama kedepannya. Selain itu evaluasi juga dilakukan dengan monitoring perkembangan akun *Instagram*. Adapun fitur pendukung untuk melihat perkembangan akun seperti fitur *insight* dalam *Instagram*.

---

<sup>22</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-EVALUASI/08-03/2024.

## 2. Hambatan pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik.

Dalam kegiatan mempromosikan postingan akun *Instagram @ponorogo.tourism* juga mengalami beberapa hambatan. Menurut Ganang Arya Mahendra selaku pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, menemui beberapa hambatan pada saat mengelola akun.

“Hambatan yang paling sering itu adalah isu di luar itu udah tau nih, mau ada event A misalnya, terus dari Dinas sendiri itu masih belum fix mungkin terkait pengisi acara, kan perlu pengisi acara dimasukkan ke event poster, tapi itu seringkali pengisi acara fixnya itu seringkali mendadak.”<sup>23</sup>

Selain itu, hambatan juga terkadang terjadi pada respon *audiens* berupa komentar-komentar negatif, namun komentar tersebut biasa terjadi konten-konten atau postingan tertentu, ketika isi dari informasi tersebut memancing problematika publik.

“Kalau untuk komen negatif itu tidak selalu muncul sih untuk event pariwisata, pun ada biasanya tidak selalu bahasan tentang event tersebut atau membahas isu lain, seperti yang ada dikomentar postingan-postingan berita contohnya.”<sup>24</sup>

Jadi dapat dilihat bahwa hambatan muncul baik dari internal maupun eksternal yakni dalam proses pembuatan konten yang akan dipublish dan *feedback* berupa komentar-komentar masyarakat atau *audiens*. Terlepas dari hambatan yang ada, pengelola akun tetap berupaya memberikan isi konten yang sesuai dengan informasi-informasi yang ada dan didukung dengan olahan visual yang menarik.

---

<sup>23</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-HAMBATAN/08-03/2024.

<sup>24</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-HAMBATAN/01-04/2024.

**BAB IV**  
**ANALISIS PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @ponorogo.tourism**  
**SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK**

**A. Pengelolaan akun *Instagram* @ponorogo.tourism sebagai media informasi publik.**

Pengelolaan media sosial yang baik tentu diperlukan juga proses-proses manajemen yang baik. Tujuan dalam pengelolaan tersebut untuk memberikan isi-isi konten yang informatif dan memberikan dampak yang bermanfaat bagi para *audiens* nya. Beberapa aktivitas manajemen atau pengelolaan yang dilakukan oleh akun *instagram* @ponorogo.tourism seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Perencanaan

Perencanaan dalam pengelolaan akun *instagram* @ponorogo.tourism dilakukan dengan cara melihat fenomena atau isu-isu yang terjadi. Dengan begitu, konten-konten informasi yang dibagikan menyesuaikan berita, program ataupun kegiatan yang benar-benar akan dilaksanakan atau telah dilaksanakan dan perlu disoroti. Hal tersebut didukung dengan pernyataan dalam fungsi manajemen pada poin perencanaan, bahwa dalam tahap perencanaan perlu melakukan kegiatan dalam memilih dan melakukan relevansi terhadap fakta-fakta.<sup>1</sup>

Kemudian daripada itu, perencanaan dilakukan dengan melihat estimasi atau penargetan jumlah postingan yang mampu dicapai dari tiap bulannya. Hal tersebut dilakukan sebagai acuan dalam intensitas

---

<sup>1</sup> *Ibid.*, Maharani, Putri. 28.

keaktifan akun media sosial, khususnya pada akun *Instagram @ponorogo.tourism*. Tujuan penargetan yang jelas tersebut sesuai dengan salah satu tahap dalam *content marketing* menurut Kotler, bahwa sebelum memulai pemasaran konten, pemasar harus mendefinisikan tujuan mereka secara jelas. Adanya tujuan yang tepat akan membantu dalam proses penciptaan dan pendistribusian konten.<sup>2</sup>

Pernyataan di atas sesuai dengan hasil wawancara kepada pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, bahwa dalam tahap perencanaan dilakukan secara kondisional sesuai isu-isu dan permasalahan yang ada, setelahnya akan disaring informasi dan dikelola menjadi bahan konten baik itu dalam bentuk konten *event* maupun konten berita. Kemudian, dalam hasil wawancara, pengelola akun juga menyebutkan bahwa dalam tahap perencanaan juga diperlukan penargetan jumlah postingan di tiap bulannya.<sup>3</sup>

## 2. Pengorganisasian

Pembagian tugas pengorganisasian dalam manajemen khususnya pada proses pengelolaan akun, merupakan satu hal yang penting dalam mencapai tujuan yang sudah direncanakan. Dalam pengelolaan akun *instagram @ponorogo.tourism*, melibatkan beberapa orang dalam satu kelompok untuk satu pekerjaan yang telah disesuaikan. Pekerjaan atau tugas yang telah disesuaikan seperti, *content writer*, desainer atau *editing* dan admin akun sebagai pendistribusian konten.

---

<sup>2</sup> Anggita, dkk. “Strategi *Rebranding* Citra Koperasi Melalui *Instagram @kemenkopukm*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 12, No. 2 (Oktober, 2022), 180.

<sup>3</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PERENCANAAN/08-03/2024.



Pernyataan diatas sesuai pada hasil wawancara kepada pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, bahwa dalam menjalankan pengelolaan akun tersebut melibatkan banyak orang dalam beberapa tugas, baik dalam membantu pra produksi, produksi dan pasca produksi.<sup>4</sup>

### 3. Pelaksanaan dan Pengawasan

Dalam tahap ini, pengelola akun menjalankan tugas sesuai apa yang telah direncanakan. Selain menjalankan tugas yang sudah ditetapkan, pengelola dituntut dalam menjaga tanggung jawab atau pengawasan terhadap pelaksanaan pekerjaan, khususnya dalam pengelolaan akun. *Controlling* tersebut bertujuan agar konten yang ditargetkan sesuai dan mampu tercapai.

Kemudian, pengawasan juga dilakukan dalam bentuk *cross check* akhir dan *approval* atau persetujuan kepada kepala bidang dan kepala dinas. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara, bahwa pengawasan dilakukan sebagai pengecekan kesesuaian dan ketepatan informasi dalam konten.

Adapun beberapa fitur yang digunakan dalam pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* seperti *snap*, *reels*, *feed* dan konten bersponsor. Dengan pemanfaatan fitur-fitur tersebut, mampu mempromosikan dan membantu kebutuhan informasi publik, terkhusus informasi pariwisata ponorogo.

---

<sup>4</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PENGGORGANISASIAN/08-03/2024.

Pemanfaatan fitur-fitur tersebut mampu menarik aktivitas dalam indikator sebuah media sosial dari ahli Atmoko, Bambang Dwi dalam bukunya yang berjudul *Instagram Handbook*. Indikator tersebut seperti label *hashtag* atau tanda pagar, lokasi, *follow*, *share*, *like*, komentar, dan *mention* pengguna.<sup>5</sup>

Pernyataan di atas sesuai hasil wawancara kepada pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, bahwa pada tahap pelaksanaan dan pengawasan pengelolaan akun, lebih dilakukan kepada *controlling* pada pelaksanaan tugas dan ketepatan isi konten atau informasi serta pemanfaatan fitur-fitur *Instagram* yang ada.<sup>6</sup>

#### 4. Evaluasi

Pada tahap evaluasi, khususnya pada akun *instagram @ponorogo.tourism*, dilakukan sebagaimana yang sudah direncanakan, yakni dilakukan di setiap bulannya. Dalam evaluasi tersebut, dilakukan perbaikan atau koreksi terhadap kinerja yang sudah dikerjakan dan dihasilkan, kemudian merencanakan dan mengembangkan kembali pada agenda-agenda atau konten-konten selanjutnya.

Kemudian daripada itu, proses evaluasi terhadap akun *instagram* tersebut, juga didukung dengan intensitas peningkatan jumlah *followers*. Hal tersebut dilakukan karena memiliki *impact* pada akun, salah satunya dalam hal kredibilitas *audiens*.

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, Utari, Monica. 8-9.

<sup>6</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-PELAKSANAAN/01-04/2024.

Dari pernyataan diatas sesuai pada hasil wawancara kepada pengelola akun *Instagram @ponorogo.tourism*, bahwa dalam tahap evaluasi terdapat program khusus evaluasi setiap bulannya bersama bidang-bidang lainnya di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga.<sup>7</sup>

#### **B. Hambatan pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik.**

Dalam konteks aktivitas pengelolaan terhadap suatu instansi atau media tentu terdapat tantangan atau hambatan sendiri sesaat berjalannya waktu. Hambatan tersebut mampu terjadi atas lingkup manajemen sendiri (internal) maupun mampu terjadi dari lingkup luar (eksternal). Hal tersebut juga sesuai pada teori hambatan manajemen konten, bahwa seringkali di instansi atau lembaga terjadi berbagai hambatan baik itu dalam lingkup internal maupun eksternal.<sup>8</sup>

Hambatan dalam pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* yang biasa terjadi dalam lingkup internal adalah ketidaksiapan dalam mengolah informasi yang akan dikerjakan, baik berupa bahan visual maupun bahan narasi. Salah satu penyebab hal tersebut terjadi bisa karena adanya *miss communication* dalam mempersiapkan isi konten. Kemudian, hambatan juga terjadi dari lingkup eksternal berupa respon atau komentar-komentar publik memicu perspektif negatif, penyebab yang biasa ditemukan

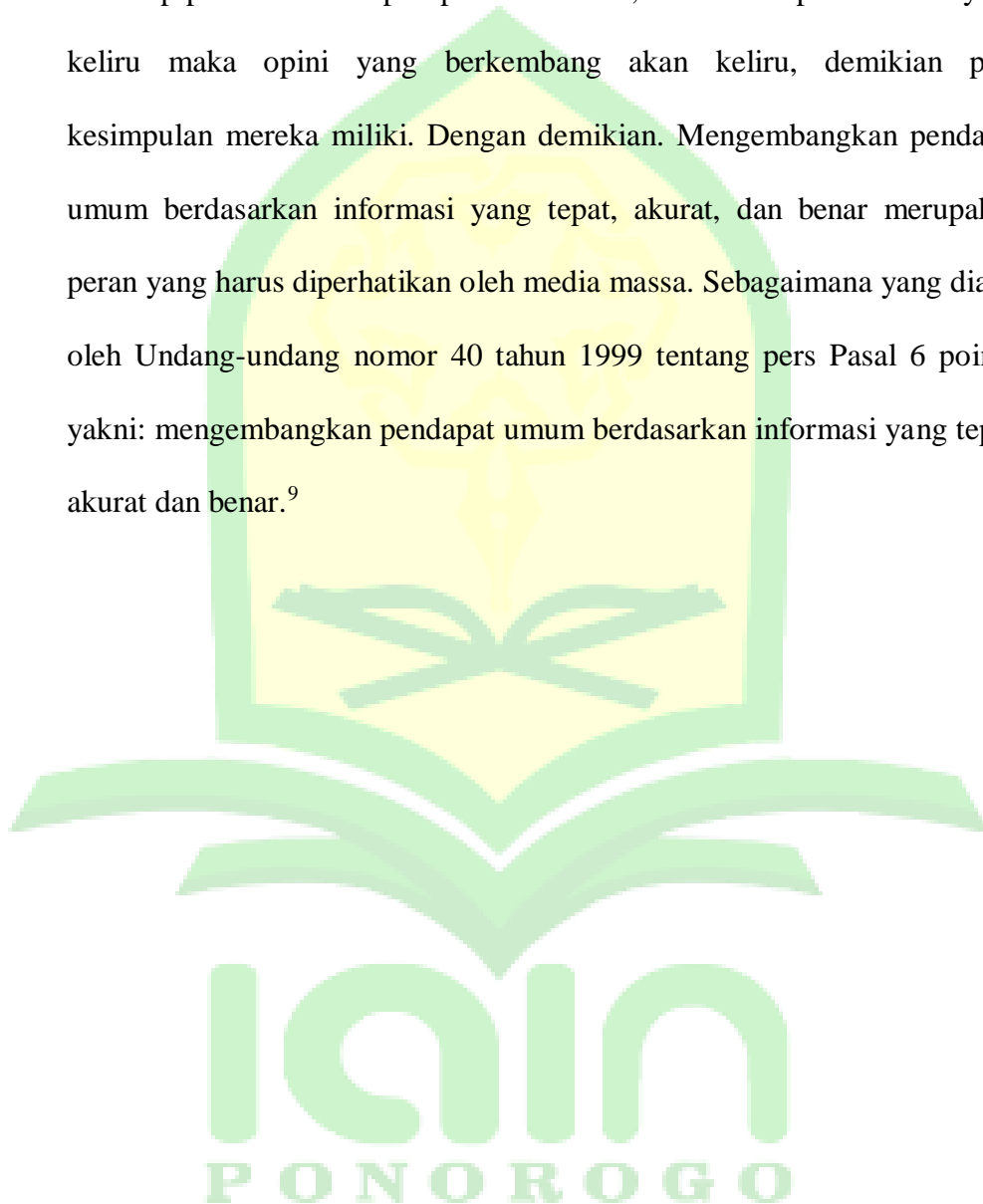
---

<sup>7</sup> Hasil Transkrip Wawancara Nomor 01/W-EVALUASI/08-03/2024.

<sup>8</sup> *Ibid.*, Pravitasari, Cristina. 3122

dikarenakan isi informasi yang mampu menstigma pemikiran-pemikiran *audiens*, biasanya informasi dalam konten berita-berita.

Temuan data pada lingkup eksternal tersebut, berpengaruh juga terhadap pembentukan opini publik. Karena, Ketika ada pemberitaan yang keliru maka opini yang berkembang akan keliru, demikian pula kesimpulan mereka miliki. Dengan demikian. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar merupakan peran yang harus diperhatikan oleh media massa. Sebagaimana yang diatur oleh Undang-undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers Pasal 6 poin b yakni: mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar.<sup>9</sup>



---

<sup>9</sup> Hartiningsih. “Tanggapan Masyarakat Terhadap Konten Media Massa Dalam Kasus Konflik Antar Warga Di Kabupaten Sigi *People Response Toward Mass Media News In Conflict Among People In Sigi Regency*”. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* Vol. 19, No. 3 (Oktober, 2015), 100.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengelolaan yang dilakukan oleh akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media informasi publik seperti melihat isu-isu atau fenomena yang terjadi pada tahap perencanaan, melibatkan beberapa orang dalam tahap pengorganisasian, melakukan pelaksanaan dan pengawasan terhadap program atau tugas yang dijalankan, dan melaksanakan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilaksanakan dan mengembangkan pada agenda-agenda selanjutnya.
2. Hambatan-hambatan yang terjadi ketika melakukan pengelolaan akun *Instagram @ponorogo.tourism* seperti, ketidaksiapan dalam mengolah informasi di lingkup internal dan terjadinya respon publik yang memicu perspektif negatif terhadap konten berita di lingkup eksternal.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

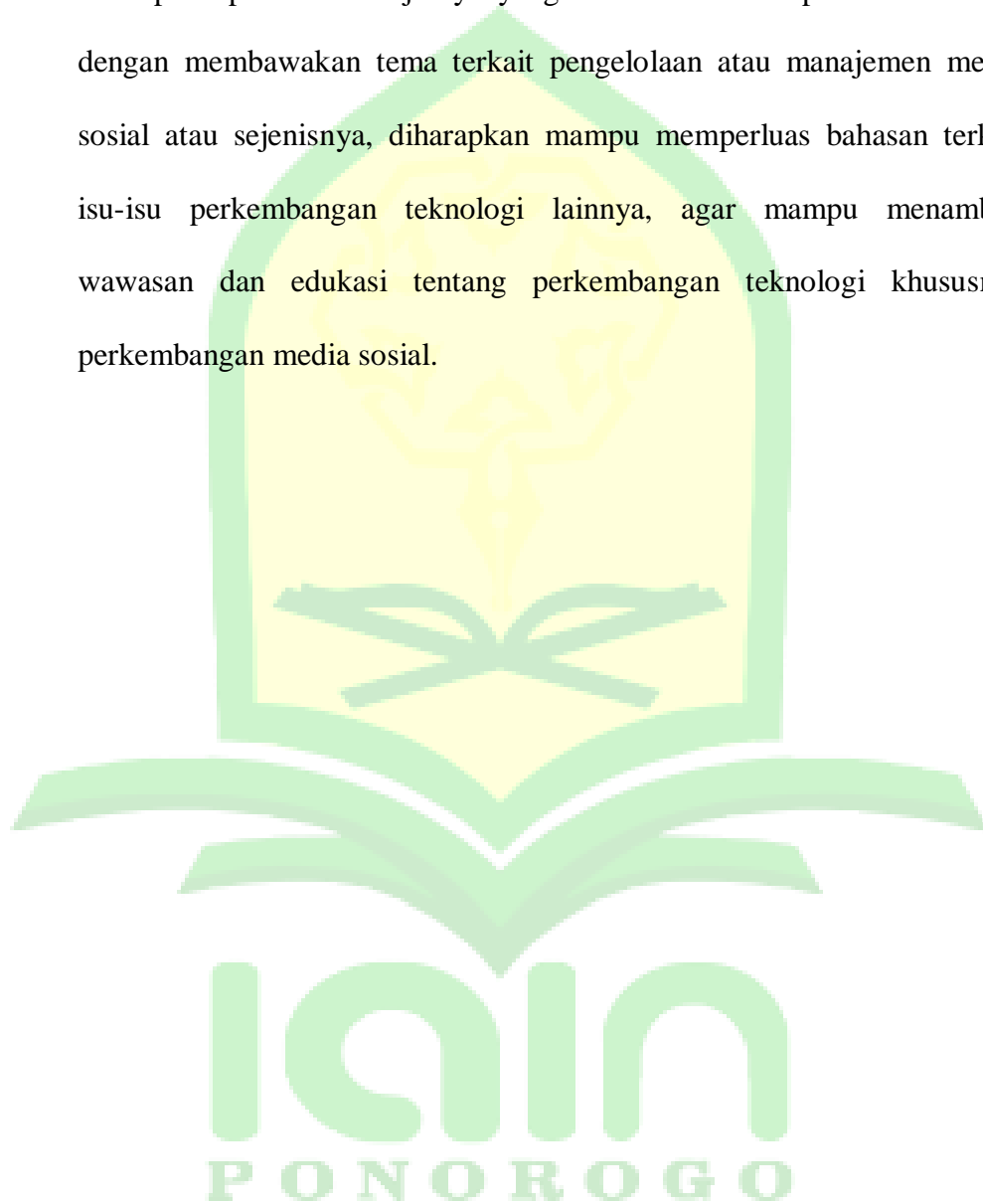
1. Kepentingan Terapan (Praktis)

Kepada akun *Instagram @ponorogo.tourism* sebagai media sosial yang menjadi subjek dalam penelitian ini, diharapkan mampu menambah lagi intensitas dan kuantitas penyebaran informasi melalui konten-konten yang kreatif, dengan memaksimalkan segala fitur-fitur yang tersedia, serta

diharapkan untuk memungkinkan memperluas jaringan di berbagai media sosial lainnya.

## 2. Kepentingan Studi Ilmiah (Teoritis)

Kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa dengan membawakan tema terkait pengelolaan atau manajemen media sosial atau sejenisnya, diharapkan mampu memperluas bahasan terkait isu-isu perkembangan teknologi lainnya, agar mampu menambah wawasan dan edukasi tentang perkembangan teknologi khususnya perkembangan media sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Makassar :Syakir Media Press, 2021).
- Addlan Ridho Pratama. *Aplikasi Manajemen Kehadiran Berbasis Android Pada Pt. Pertamina Fuel Terminal Jambi*. (Palembang :Universitas Sriwijaya, 2023)
- Afifah, Mega. *Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2021)
- Ahmad, Busyairi, “Penerapan Studi Lapangan Dalam Meningkatkan Kemampuan Analisis Masalah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sosiologi Iisip Yapis Biak) Implementation Of Field Studies To Improve Problem Analysis Ability (Case Study In The Student Sociology Iisip Yapis Biak),” *Jurnal Nalar Pendidikan*. Vol. 8, No.1 (Juni, 2020)
- Andan Ayu Salsabila. *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022)
- Andan Ayu Salsabila. *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner Di Ponorogo*. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022)
- Anggita, dkk. “Strategi Rebranding Citra Koperasi Melalui Instagram @kemenkopukm”. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 12, No. 2 (Oktober, 2022)
- Azizah, Nur. *Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Dinas Perhubungan Provinsi Aceh*. (Aceh :UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)
- Azizah, Husnun. *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)* (Metro :IAIN Metro, 2020)

- Databooks.co.id. Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke 4 di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>. [diakses pada 31 Oktober 2023, 12,46 WIB]
- Gcomm.id. Membuat Konten Kreatif di Tengah Ribuan Konten. <https://gcomm.id/tips-perusahaan/membuat-konten-kreatif/> [diakses pada, Minggu. 03 Desember 2023. 21.25 WIB]
- Hartiningsih. “Tanggapan Masyarakat Terhadap Konten Media Massa Dalam Kasus Konflik Antar Warga Di Kabupaten Sigi People Response Toward Mass Media News In Conflict Among People In Sigi Regency”. Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan Vol. 19, No. 3 (Oktober, 2015)
- Hasan, Muhammad, dkk. Metode Penelitian Kualitatif. (Sukoharjo :Tahta Media, 2022)
- Huda, Nurul. “Fungsi Pengorganisasian Dalam Manajemen” [https://www.researchgate.net/publication/341930800\\_Fungsi\\_Pengorganisasian\\_dalam\\_Manajemen](https://www.researchgate.net/publication/341930800_Fungsi_Pengorganisasian_dalam_Manajemen). [diakses pada 24 Maret 2024, 22.44 WIB]
- Kajianpustaka.com. Teori Kendala (Theory of Constraint). <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/teori-kendala-theory-of-constraint.html> [diakses pada 04 Maret 2024, 09.48 WIB]
- Kartini, dkk, “Teori Dalam Penelitian Media,” Jurnal Edukasi Nonformal. Vol. 3, No.2 (September, 2020)
- M. Friliando Pratama. Pengelola Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada PEMPROV Riau. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)
- Maydianto & Muhammat Rasid Ridho, “Rancang Bangun Sistem Informasi Point Of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada CV Powershop,” Jurnal Comasie. Vol. 04, No. 02 (Januari, 2021)



- Mekarijurnal.id. "Fungsi Manajemen Organizing: Pengertian, Manfaat, Prinsip, dan Prosesnya." <https://www.jurnal.id/id/blog/fungsi-manajemen-organizing-sbc/> [diakses pada 03 April 2024, 00.46 WIB]
- Michail Muhammad Fadhil. Strategi Pengelolaan Akun Instagram @faktanyagoogole Sebagai Media Informasi Dalam Menangkal Hoaks. (Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)
- Nainggolan Vitri, dkk. "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNSRAT Manado." *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, Vol. 7, No.4 (Oktober, 2018)
- Pangestu, Aji. Pengelolaan Infomasi Group Facebook Info Cegatan Wilayah Ponorogo (ICWP) Sebagai Media Informasi Masyarakat di Kabupaten Ponorogo. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2021)
- Pratama, Rahmita. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Kafe Potret)*. (Sumatera Utara :Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017)
- Putri Maharani Sekarbuana. Manajemen Konten Channel Youtube Arik Blink Untuk Melestarikan Musik Keroncong. (Ponorogo :IAIN Ponorogo, 2022)
- Rachmawati. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tribunnews.com. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022)
- Rahman, Daniel. Manajemen Pengelolaan Media Sosial Instgram Sebagai Media Promosi Viera Oleh-Oleh Pekanbaru. (Riau :UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2023)
- Rahmatika, Safira. Public Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata. (Ponrogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023)
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 16, No. 2 (September, 2016)

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. (Bandung :Alfabeta, 2013)

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. (Bandung :Alfabeta, 2007)

“Struktur Organisasi,” Ayo Ke Ponorogo (blog), diakses 13 Maret 2024, <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/struktur-organisasi/>.

Utari, Monica, “Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princesssyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya,” JOM FISIP, Vol. 4 No. 2 (Oktober, 2017)

“Visi Dan Misi Ponorogo Tourism,” Ayo Ke Ponorogo (blog), diakses 13 Maret 2024, <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/visi-dan-misi/>.

Yusuf, Faidah, dkk, “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera” Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 2 No. 1 (April, 2023)



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Instrumen Pengumpul Data

### A. Sejarah akun *@ponorogo.tourism*

1. Sejak kapan akun *@ponorogo.tourism* berdiri ?
2. Siapa pengelola akun *@ponorogo.tourism* ?
3. Apa latar belakang adanya akun *@ponorogo.tourism* dibuat ?

### B. Pengelolaan

#### 1. Perencanaan

- a. Apakah anda melakukan perencanaan terlebih dahulu terhadap pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* ?
- b. Siapa yang melakukan perencanaan pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* tersebut ?
- c. Kapan anda melakukan perencanaan pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* tersebut ?
- d. Dimana anda melakukan perencanaan pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* tersebut ?
- e. Mengapa anda melakukan perencanaan pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* ?
- f. Bagaimana anda melakukan perencanaan pengelolaan akun *@ponorogo.tourism* ?

#### 2. Pengorganisasian

- a. Apakah anda melakukan pengorganisasian atau pembagian tugas dalam pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- b. Jika iya, siapa yang melakukan pengorganisasian/pembagian tugas dalam pengelolaan akun @ponorogo.tourism tersebut ?
- c. Kapan melaksanakan pembagian tugas dalam pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- d. Dimana pelaksanaan pembagian tugas dalam pengelolaan akun @ponorogo.tourism tersebut ?
- e. Mengapa melaksanakan pembagian tugas pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- f. Bagaimana cara melakukan pembagian tugas pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?

### **3. Pelaksanaan**

- a. Apakah anda memberikan arahan atau perintah ketika pelaksanaan pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- b. Mengapa anda melakukan arahan terlebih dahulu ketika pelaksanaan pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- c. Bagaimana cara anda memberika arahan ketika pelaksanaan pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
- d. Kapan dan dimana pengelolaan akun tersebut dilaksanakan ?
- e. Mengapa melakukan diwaktu dan tempat tersebut ?
- f. Bagaimana cara pelaksanaan pengelolaan akun tersebut ?

- g. Dari pelaksanaan tersebut, apakah memberikan pengaruh atau impact bagi internal maupun eksternal ?
- h. Jika iya, apa pengaruh atau impact bagi internal maupun eksternal ?

#### **4. Evaluasi**

- a. Setelah melakukan pelaksanaan berupa memposting konten, informasi, dan lain-lain. Apakah ada pengawasan atau kontroling terhadap konten-konten tersebut ?
- b. Siapa yang melakukan pengawasan tersebut ?
- c. Kapan dan dimana melakukan pengawasan tersebut ?
- d. Mengapa melakukan pengawasan terhadap konten tersebut ?
- e. Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap konten tersebut ?
- f. Dan dilihat darimana naiknya follower dari akun instagram tersebut?
- g. Apakah ada evaluasi setelah dilakukannya kontroling terhadap konten tersebut ?
- h. Jika ada, apa saja evaluasi yang dilakukan ?
- i. Kapan dan dimana dilakukannya evaluasi tersebut ?
- j. Mengapa diadakannya evaluasi ?

#### **A. Hambatan**

- 1. Apakah ada hambatan dalam pengelolaan akun baik internal maupun eksternal ?

2. Apa saja hambatan tersebut dan darimana penyebabnya ?
3. Apakah ada upaya dari hambatan tersebut ?
4. Apa saja upaya tersebut dan bagaimana cara melakukannya ?
5. Apa alasan melakukan upaya tersebut ?

#### **B. Informasi Publik**

1. Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism mudah untuk dipahami ?
2. Apakah sudah lengkap konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
3. Apakah sudah akurat konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
4. Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan tujuan anda ?
5. Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan pandangan anda ?
6. Apakah waktu dalam pemostingn konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah tepat ?
7. Apakah isi dan penyampaian konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah jelas ?
8. Menurut anda apakah konten tersebut mampu diterima dengan baik ?
9. Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah konsisten ?

10. Apakah ada timbul preasangka ketika melihat postingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism tersebut ?
11. Apakah dengan adanya konten dan informasi yang disampaikan dari akun @ponorogo.tourism tersebut sudah mampu mengukur wawasan atau peahaman anda ?



Kode	01/W-SEJARAH/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Sejak kapan akun instagram @ponorogo.tourism berdiri ?
Hasil Wawancara	Kalau akun Ponorogo Tourism itu berdiri di tahun 2016.
Pertanyaan	Siapa pengelola akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau pengelola akun itu saya mulai megan mulai tahun 2019 sampai sekarang tahun 2024. Kalau sebelumnya yang pegang akunnya Mas Pepeng.
Pertanyaan	Bagaimana adanya latar belakang akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	<p>Kalau latar belakang adanya akun Ponorogo Tourism itu ya yang jelas sebagai pusat informasi pariwisata dan event yang dimiliki oleh Dinas Budaya, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Ponorogo. Jadi sejak tahun 2016 itu sampai sekarang itu ya setelahnya pusat buat publish informasi segala event kegiatan dan informasi yang berkaitan tentang pariwisata, kebudayaan, pemuda dan Olahraga keseluruhannya, Pokoknya yang berkaitan tentang pariwisata itu di akun Ponorogo Tourism.</p> <p>Kalau dulu sebenarnya kita fokusnya di Ponorogo Tourism itu kan kita Dinas itu sempat jadi namanya kan Dinas Pariwisata saja. Yang meliputi bidangnya kebudayaan pariwisata. Di tahun 2021 itu kan dimerger jadi Dinas Pemuda Rakyat itu akhirnya kembali lagi buat jika pun jadi satu karena namanya itu sudah terlanjur jalan setelahnya sudah dikenal orang makanya namanya tidak diganti tetap pakai Ponorogo Tourism.</p> <p>Meskipun di bawahnya itu juga menaungi pemuda dan olahraga seperti itu. Sejak 2021 itu ya mas? Ya, kalau Ponorogo Tourism itu. Kalau sebelumnya Dinas Pariwisata namanya, Dinas Pariwisata Ponorogo karena terus akhirnya Dinas Kebudayaan kan terlalu panjang akhirnya yang diambil Ponorogo Tourism itu.</p>



Kode	01/W-PERENCANAAN/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah anda melakukan perencanaan terlebih dahulu terhadap pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau perencanaan sendiri itu enggak ada sih. Dalam artian selama ini lebih ke let it flow aja. Jadi kita angkat isu yang lagi in, terus informasi apa, gitu. Tapi kalau untuk perencanaan secara mendetail tentang master plan konten itu tidak ada perencanaan akun mau dibuat seperti apa. Cuma mungkin target aja sih. Kalau target itu lebih ke total postingan itu sampai berapa gitu.
Pertanyaan	Siapa yang melakukan perencanaan pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Kapan anda melakukan perencanaan pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Pertanyaan	Pada saat pengelolaan akun apakah ada penentuan konten terlebih dahulu? Jika iya, apa alasannya?
Hasil wawancara	Kalau selama ini untuk konten tidak ada perencanaan khusus jadi semua konten yang dibuat itu sifatnya instan sesuai dengan keadaan yang berlaku, misal kaya gini pas puasa dan mau masuk lebaran ya berarti kontennya isinya tentang ramadhan dan nanti rekomendasi tempat wisata selama liburan gitu
Pertanyaan	Pada saat pengelolaan akun apakah ada penentuan target audien terlebih dahulu? Jika iya, apa alasannya?
Hasil wawancara	untuk penentuan target audien lebih khusus tidak ada, jadi karena sering kali konten yang dibuat lebih sering konten informasi jadi konten yang dibuat harus jelas dan estetik



Kode	01/W-PENGGORGANISASIAN/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah anda melakukan pengorganisasian atau pembagian tugas dalam pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Iya
Pertanyaan	Jika iya, siapa yang melakukan pembagian tugas dalam pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Jadi kalau di Ponorogo Tourism itu di platformnya Instagram. Nah, di Dinas Pariwisata itu ada empat. Jadi dua desainer. Itu saya sama mas Cece. Terus yang konten writernya ada mas Rahmat. Sama yang, kan ada muara kita ada di website. Kalau di website itu yang ngelola ada mas Mahendro. Itu mulai tahun 2024. Kalau sebelumnya itu pengelolaannya sepenuhnya sebelum ada mas Rahmat sama mas Cece itu saya sendiri.
Pertanyaan	Kapan melaksanakan pembagian tugas dalam pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Ya, mulai di awal tahun kemarin itu. Ya, atas istilahnya dari arahan dari Bu Vivi, Kepala Bidang. Terus dibagi pembagian tugasnya seperti itu.
Pertanyaan	Dimana pelaksanaan pembagian tugas dalam pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Di kantor Dinas Pariwisata
Pertanyaan	Mengapa melaksanakan pembagian tugas pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Ya, istilahnya biar kontennya lebih bervariasi. Karena istilahnya kalau dulu itu cuma saya sendiri, sejujurnya agak keberatan. Di Tahun Sebumnya itu agak kurang update.
pertanyaan	Bagaimana cara melakukan pembagian tugas dalam penglolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	istilahnya sesuai dengan topoksi keahliannya masing-masing. Jadi kalau mas CJ itu kan lebih ke desain musik, jadi yang create desain musik itu mas CJ. Terus kalau mas Rahmat itu lebih fokus ke penulisannya. jadi mereka di-hire ke sini karena skill-nya mereka itu.

Kode	01/W-PELAKSANAAN/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah anda memberikan arahan atau perintah ketika pelaksanaan pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau pengarahan itu, yang mengarahkan sebenarnya Bu Vivi dari Kapitian. Memang kalau yang bertanggung jawab, saya cuma menjaga tanggung jawab dari teman-teman saja. Biar tetap kerja sesuai dengan tugasnya. Jadi lebih ke, intinya yang membantu kontrol. Dan konten-konten yang ditargetkan itu agar bisa penuh dan tercapai.
Pertanyaan	Mengapa anda melakukan arahan dahulu ketika pelaksanaan pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Bagaimana cara anda memberikan arahan ketika pelaksanaan pengelolaan akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau evaluasinya itu ada setiap bulan. Setiap bulan yang sering ada rapat, itu kan di-evaluasi. Seperti bagaimana soal berita. Terus buat konten Instagram seperti apa. Jadi misalnya dari tiap bulan itu ada proses evaluasi-evaluasi
Pertanyaan	Kapan dan dimana pengelolaan akun tersebut dilaksanakan ?
Hasil Wawancara	Setiap awal bulan dan bertempat disini (kantor dinas pariwisata), Biasanya di awal bulan sih. Kan soalnya juga sekalian sama event apa yang mau di-declare di bulan ini.
Pertanyaan	Mengapa melakukan diwaktu dan tempat tersebut ?
Hasil Wawancara	
pertanyaan	Bagaimana cara pelaksanaan pengelolaan akun tersebut ?
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Dari pelaksanaan tersebut, apakah memberikan pengaruh atau impact bagi internal maupun eksternal ?
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Jika iya, apa pengaruh atau impact tersebut baik internal mauoun eksternal ?
Hasil Wawancara	Pengaruh itu, dengan adanya pengorganisasian

	<p>pembagian tugas sesuatu waktu itu. Dalam pelaksanaan itu semua bisa berjalan sesuai timeline.</p> <p>Jadi bisa lebih tertib lah. Jadi kayak waktu upload poster juga bisa maksimal hampir 7. Bisa lebih tertentu. Soalnya kan udah ada pembagian di boxing masing-masing. Jadi lebih bisa buat nahan ulang.</p>
Pertanyaan	<p>Soal pelaksanaan, pada saat pengelolaan akun instagram, fitur" apa yang sering digunakan dan mendukung dalam penyebaran informasi/konten serta bagaimana tahapannya?</p>
Hasil wawancara	<p>Untuk fitur yang paling sering kita gunakan biasanya bersponsor itupun by momentum ketika akan ada event yang besar ( seperti grebeg suro, PCF )</p>



Kode	01/W-EVALUASI/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Setelah melakukan pelaksanaan berupa memposting konten, informasi, dll. Apakah ada pengawasan atau kontroling terhadap konten-konten tersebut ?
Hasil Wawancara	Ya kalau kontroling evaluasi seperti yang saya bilang tadi itu ada setiap bulan itu kayak review lah. Dari Bu Vivi tentang gimana buat bulan ini ada berapa konten yang dibuat. Kontennya tentang apa. Nah itu pembahasannya bareng-bareng dari semua bidang. Dari satu bidang itu kayak ya ngebantu lah, ngasih masukan. Mungkin postingannya ini yang lagi in apa, yang lagi menarik apa. Sesuai dengan isu-isu yang lagi in, kayak gitu.
Pertanyaan	Siapa yang melakukan pengawasan tersebut ?
Hasil Wawancara	Ya pas rapat evaluasi bersama.
Pertanyaan	Kapan dan dimana melakukan pengawasan atau tersebut ?
Hasil Wawancara	di sini juga, Ya pasti di kantor lah.
Pertanyaan	Mengapa melakukan pengawasan terhadap konten tersebut ?
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap konten tersebut ?
Hasil Wawancara	Kalau pengawasan konten ya pasti sebelum posting. Apapun materi Instagram yang dibuat sama kita itu sebelum posting pasti melalui approval dulu. Setelah approval tentang postingan itu pertama ke Bu Vivi, Bu Vivi nanti ngirim ke Pak Judha (kepala dinas), jadi ketika udah oke baru kita berani publis.
pertanyaan	Dan dilihat darimana naiknya follower dari akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau lonjakan paling banyak itu kemarin di tahun 2019. Jadi di tahun 2019 itu pertama kalinya ada tahun pariwisata, itu yang nama satu tahun itu adalah Downbeat, 72 event itu kan. Itu bener-bener impact-nya ke akun Instagram bener-bener naik. Dalam kan itu juga lagi in-in-nya Instagram kan di tahun itu. Jadi lonjakan followers-nya paling banyak di tahun 2019 itu.
Pertanyaan	Apakah ada evaluasi setelah dilakukannya kontroling

	terhadap konten tersebut ?
Hasil Wawancara	Kalau evaluasi ya setelah dilakukan kontrol itu ada, biasanya kalau memang masih belum sesuai itu pasti disuruh nge-revisi kontennya. (sebelum publish)
Pertanyaan	Jika ada, apa saja evaluasi yang dilakukan ?
Hasil Wawancara	Jadikan sebelum misalnya kita udah desain, selesai, kita kirim ke Bu Vivi di grup, terus nanti Bu Vivi kirim ke Pak Yuda, approval, desain, itu yang paling sering poster event sih. Poster event seperti itu pasti, melalui persetujuan ketika udah oke ya baru kita publish, tapi ketika memang masih belum ya berarti harus di-revisi dulu.
Pertanyaan	Kapan dan dimana dilakukannya evaluasi tersebut
Hasil Wawancara	Di sini, dikantor Dinas
Pertanyaan	Mengapa diadakannya evaluasi ?
Hasil Wawancara	



Kode	01/W-HAMBATAN/08-03/2024
Nama Informan	Ganang Arya Mahendra
Keterangan	Pengelola akun Instagram @ponorogo.tourism
Tanggal	08 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah ada hambatan dalam pengelolaan akun instagram @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau itu sering, jadi biasanya itu disini kan kita bagian promosinya, sedangkan event-event yang berlangsung itu berada di bidang lain juga.
Pertanyaan	Apa saja hambatan tersebut dan darimana penyebabnya ?
Hasil Wawancara	Hambatan yang paling sering itu adalah isu di luar itu udah tau nih, mau ada event A misalnya, terus dari Dinas sendiri itu masih belum fix mungkin terkait pengisi acara, kan perlu pengisi acara dimasukkan ke event poster, tapi itu seringkali pengisi acara fixnya itu seringkali mendadak.
Pertanyaan	Apakah ada upaya dari hambatan tersebut ?
Hasil Wawancara	Iya.
Pertanyaan	Pada saat perencanaan/pengeditan konten apakah ada kesulitan (atau sering terjadi kesulitan)? Jika iya, apa alasannya?
Hasil wawancara	kalau kesulitan mungkin informasi dan materi sih jadi kadang ada perintah untuk pembuatan konten wayang bulanan nah kita butuh foto dalang, dan ternyata tidak ada fotonya seperti itu biasanya.
Pertanyaan	Pada saat penyebaran konten/informasi apakah ada tantangan/impact negatif dari audien (seperti minimnya like, komen, dsbg..) ?
Hasil wawancara	kalau untuk komen negatif itu tidak selalu muncul sih untuk event pariwisata, pun ada biasanya tidak selalu bahasan tentang event tersebut atau membahas isu lain yang ada dikomentar.
Pertanyaan	Apa saja upaya tersebut dan bagaimana cara mengatasinya ?
Hasil Wawancara	Kalau terkait isi konten ya, kita sebenarnya bisanya ya ngepost gimana, fixnya siapa, isinya apa gitu sih. Maka dari itu diganti, seringkali ketika kita H-dua minggu, kita tanyain masih belum fix, terus H-seminggu kita tanyain masih belum fix, ya kita istilahnya ngepost buat informasinya aja. Kalau kita kan pinginnya biar segera publish, semakin banyak orang yang tau.

Kode	01/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024
Nama Informan	Yoga Faisal Hasim
Keterangan	<i>Followers Instagram @ponorogo.tourism</i>
Tanggal	19 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism mudah untuk dipahami ?
Hasil Wawancara	Menurut saya sangat mudah ya. Karena apa yang di informasikan sangat menarik dari segi visual.
Pertanyaan	Apakah sudah lengkap konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Kalau dilihat dari segi informasi yang disampaikan Saya rasa itu sudah lengkap ya mulai dari waktu pelaksanaan tempatnya acaranya apa itu menurut saya sudah lengkap.
Pertanyaan	Apakah sudah akurat konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Jika ditinjau dari segi keakuratan dalam informasi yang diberikan Saya rasa sudah akurat dengan bukti dokumentasi kegiatan yang sudah dilakukan yang sebelumnya sudah diinformasikan bahwa akan ada kegiatan tersebut begitu.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan tujuan anda ?
Hasil Wawancara	Mungkin jika membicarakan tentang tujuan saya yang ingin mengupdate informasi tentang pariwisata atau event di Ponorogo, Ponorogo tourism menjadi salah satu akun yang saya tuju untuk mendapatkan tujuan tersebut.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan pandangan anda ?
Hasil Wawancara	Kalau tingkat kepuasan ekspektasi ataupun pandangan saya terhadap akun Ponorogo tourism sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan Dan juga pandangan saya karena di dalamnya sudah sangat informatif dan juga visual yang ditawarkan juga sangat menarik.
pertanyaan	Apakah waktu dalam pemostingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah tepat ?
Hasil Wawancara	mungkin ada beberapa konten yang telat dalam mengupload nya ya. Tapi cuma beberapa. Dan banyak yang sesuai dengan normalnya. Contoh informasi event yang di post beberapa hari sebelum dilaksanakan agar semakin banyak yang tau.



Pertanyaan	Apakah isi dan penyampaian konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah jelas ?
Hasil Wawancara	Menurut saya dalam penyampaian konten dan juga isi informasi dari akun add Ponorogo tourism sudah jelas apa yang disampaikan terbukti dari beberapa postingan di akun tersebut sangat jelas dari mulai dari headline ataupun judul informasi, tanggal dan waktu pelaksanaan dan informasi-informasi penting lainnya.
Pertanyaan	Menurut anda apakah konten tersebut mampu diterima dengan baik ?
Hasil Wawancara	Menurut saya dapat diterima dengan baik ya terlihat dari komen-komen di akun tersebut yang di situ mencerminkan komen-komentar yang positif yang bisa kita simpulkan bahwasanya informasi yang disampaikan itu dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah konsisten ?
Hasil Wawancara	Dilihat dari jumlah postingan dan juga tanggal dalam memposting konten menurut saya mereka sudah sangat konsisten dalam menyampaikan informasi-informasi untuk masyarakat.
Pertanyaan	Apakah ada timbul preasangka ketika melihat postingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism tersebut ?
Hasil Wawancara	Malah timbul prasangka baik mbak karena apa yang dimuat dalam isi kontennya itu merupakan biasanya suatu event ataupun terdapat wisata-wisata yang nantinya masyarakat menjadi senang entah dari ekonominya ataupun dari warganya yang ingin menikmati liburan misalnya.
Pertanyaan	Apakah dengan adanya konten dan informasi yang disampaikan dari akun @ponorogo.tourism tersebut sudah mampu mengukur wawasan atau peahaman anda ?
Hasil Wawancara	Dengan adanya konten ataupun informasi dari Ponorogo tourism itu membuat wawasan saya menjadi bertambah tentang informasi mengenai event ataupun mengenai wisata-wisata yang ada di Ponorogo gitu mbak.

Kode	02/W-INFORMASI PUBLIK/08-03/2024
Nama Informan	Ihsanul Hudiya Arliansyah
Keterangan	<i>Followers Instagram @ponorogo.tourism</i>
Tanggal	19 Maret 2024
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism mudah untuk dipahami ?
Hasil Wawancara	Ya, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sangat mudah untuk dipahami. Mereka menyajikan informasi tentang pariwisata di Ponorogo dengan cara yang jelas dan mudah dimengerti, sehingga memudahkan pengguna untuk memahami destinasi dan kegiatan wisata yang ditawarkan di daerah tersebut.
Pertanyaan	Apakah sudah lengkap konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Secara umum, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism cukup lengkap. Mereka menyediakan banyak informasi tentang pariwisata di Ponorogo, tetapi mungkin masih ada beberapa aspek atau destinasi wisata yang belum dijelaskan secara detail. Meskipun demikian, secara keseluruhan, akun tersebut memberikan gambaran yang baik tentang apa yang ditawarkan oleh Ponorogo sebagai destinasi wisata.
Pertanyaan	Apakah sudah akurat konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism ?
Hasil Wawancara	Secara keseluruhan, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism terlihat cukup akurat. Mereka memberikan deskripsi yang jelas tentang destinasi wisata di Ponorogo dan kegiatan yang tersedia. Namun, karena informasi pariwisata dapat berubah dari waktu ke waktu, penting untuk memverifikasi informasi terbaru sebelum membuat rencana perjalanan.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan tujuan anda ?
Hasil Wawancara	Ya, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sesuai dengan tujuan saya. Mereka menyediakan informasi yang relevan tentang pariwisata di Ponorogo, membantu saya untuk memahami destinasi dan kegiatan wisata yang tersedia di daerah tersebut sesuai dengan kebutuhan dan minat saya.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan pandangan anda ?

Hasil Wawancara	Tentu, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sesuai dengan pandangan saya. Mereka memberikan gambaran yang jelas dan informatif tentang pariwisata di Ponorogo, memenuhi harapan saya akan informasi yang berguna dan menarik tentang destinasi wisata tersebut.
pertanyaan	Apakah waktu dalam pemostingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah tepat ?
Hasil Wawancara	Ya, waktu dalam pemostingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah tepat. Mereka secara konsisten membagikan konten yang relevan dan informatif pada waktu-waktu yang strategis, sehingga memungkinkan pengikut untuk terus mendapatkan informasi terbaru tentang pariwisata di Ponorogo dengan baik.
Pertanyaan	Apakah isi dan penyampaian konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah jelas ?
Hasil Wawancara	Ya, isi dan penyampaian konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah sangat jelas. Mereka mengkomunikasikan informasi tentang pariwisata di Ponorogo dengan cara yang mudah dipahami dan disampaikan dengan jelas kepada para pengikutnya. Hal ini membantu memperjelas gambaran tentang destinasi wisata dan kegiatan yang tersedia di Ponorogo bagi para pengguna.
Pertanyaan	Menurut anda apakah konten tersebut mampu diterima dengan baik ?
Hasil Wawancara	Ya, menurut saya, konten tersebut mampu diterima dengan baik. Konten yang disajikan oleh akun @ponorogo.tourism tampaknya memenuhi kebutuhan dan minat para pengikutnya terkait pariwisata di Ponorogo. Penyampaian informasi yang jelas dan relevan dapat meningkatkan daya tarik konten dan membuatnya diterima dengan baik oleh audiens.
Pertanyaan	Apakah konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism sudah konsisten ?
Hasil Wawancara	Secara keseluruhan, konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism telah menunjukkan tingkat konsistensi yang cukup baik. Mereka secara teratur membagikan informasi tentang pariwisata di Ponorogo, tetapi ada beberapa kali di mana konsistensi tersebut mungkin sedikit terganggu. Meskipun demikian, upaya untuk menjaga konsistensi terlihat jelas dalam penyampaian konten mereka.

Pertanyaan	Apakah ada timbul preasangka ketika melihat postingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism tersebut ?
Hasil Wawancara	Secara umum, tidak ada timbul preasangka ketika melihat postingan konten dan informasi dari akun @ponorogo.tourism. Namun, terkadang beberapa pengguna mungkin memiliki preasumsi atau harapan tertentu tentang konten wisata yang ingin mereka lihat, dan jika konten tersebut tidak sepenuhnya memenuhi harapan mereka, sedikit preasangka bisa timbul. Meskipun begitu, akun tersebut secara keseluruhan memberikan informasi yang berharga dan berguna tentang pariwisata di Ponorogo.
Pertanyaan	Apakah dengan adanya konten dan informasi yang disampaikan dari akun @ponorogo.tourism tersebut sudah mampu mengukur wawasan atau peahaman anda ?
Hasil Wawancara	Ya, dengan adanya konten dan informasi yang disampaikan dari akun @ponorogo.tourism, telah membantu dalam mengukur wawasan dan pemahaman saya tentang destinasi pariwisata di Ponorogo. Informasi yang mereka berikan telah memperluas pengetahuan saya tentang tempat-tempat menarik, kegiatan wisata, dan potensi lainnya yang dapat dieksplorasi di Ponorogo. Meskipun mungkin masih ada aspek yang perlu dipelajari lebih lanjut, kontribusi dari akun tersebut telah memberikan wawasan yang berharga bagi saya.



## DOKUMENTASI WAWANCARA



Dokumentasi wawancara bersama Pengelola Akun *Instagram @ponorogo.tourism*



Dokumentasi wawancara bersama beberapa *followers* akun *Instagram @ponorogo.tourism*

**IAIN**  
P O N O R O G O

## BIODATA PENULIS

Nama : Alwaha Havidza  
Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 02 April 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Mahasiswa  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Imam Bonjol No. 133 RT.01 / RW.05 Kel.  
Brotonegaran Ponorogo, Kec. Ponorogo, Kab.  
Ponorogo.  
No. Telp : 087758081357  
Email : [alwaviza@gmail.com](mailto:alwaviza@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2008 TK Aisyah Kauman Ponorogo  
2008 – 2014 SDN 1 Brotonegaran Ponorogo  
2014 – 2017 MTs Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo  
2017 – 2020 MA Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo

### PENGALAMAN ORGANISASI

2021 – 2023 Ketua Manual Production