

**STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO KOTA MADIUN
DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI AKUN
INSTAGRAM @93FMSUARAMADIUN**

SKRIPSI



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

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO KOTA MADIUN
DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI AKUN
INSTAGRAM @93FMSUARAMADIUN**

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 :

Ilham Ahmad Inzadi

NIM. 302200022

Pembimbing :

Dr. Faiq Ainnurrofiq, M.A

NIP. 198401302011011008

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

2024

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilham Ahmad Inzadi
NIM : 302200022
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

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 menjadikan rujukan sumbernya.

Ponorogo, 22 Juli 2024

Pernyataan,



Ilham Ahmad Inzadi

NIM. 302200022

NOTA PEMBIMBING

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 : Ilham Ahmad Inzadi
NIM : 302200022
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam
Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

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

Ponorogo, 22 Juli 2024

Pembimbing




Dr. Faiq Ainurrofiq, M.A
NIP.198401302011011008

LEMBAR PERSETUJUAN

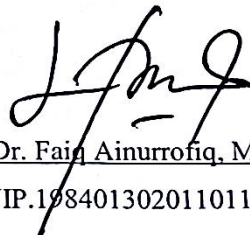
Skripsi atas nama Saudara :

Nama : Ilham Ahmad Inzadi
NIM : 302200022
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam
Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosyah.


Ketua Jurusan
Dr. Fajri Ajhuri, M.A.
NIP. 198306072015031004

Ponorogo, 22 Juli 2024
Menyetujui, Pembimbing


Dr. Fajri Ainurrofiq, M.A.
NIP. 198401302011011008





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

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ilham Ahmad Inzadi
NIM : 302200022
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam
Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

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

Hari : Kamis
Tanggal : 12 September 2024

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

Hari : Kamis
Tanggal : 12 September 2024


Tim Penguji:

Ketua Sidang : Muchlis Daroini, M.Kom.I

Penguji I : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A.

Penguji II : Dr. Faiq Ainnurrofiq, M.A.

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ponorogo, 15 Oktober 2024
Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Ahmad Munjr, M.Ag
NIP. 196806161998031002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilham Ahmad Inzadi
NIM : 302200022
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuludin Adab dan Dakwah
Judul : Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam
Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, menjadi tanggung jawab penulis.

Ponorogo, 15 Oktober 2024

Penulis,



Ilham Ahmad Inzadi

NIM. 302200022

MOTTO

**“ Hal terpenting dalam komunikasi adalah mendengar apa yang dikatakan”¹
(Peter Drucker)**



¹ Akun Instagram Peter Drucker

PERSEMBAHAN

Ucapan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas petunjuk dan karunia-Nya, sehingga saya dapat diberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun”. Atas kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya (Bapak Hendro dan Ibu Heny) yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang, telah memberikan semangat, dukungan dan doa untuk kesuksesan dan kebahagiaan anak-anaknya. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras dan waktu yang diberikan untuk selalu membimbing saya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan tetap sehat serta dimudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia akhirat.
2. Kakak saya (Irsyad dan Amira), yang telah membantu dan mendoakan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman saya (Muna Lutfiya Salma) yang membantu dan men-support saya, sehingga saya dapat mengerjakan skripsi dengan lancar.
4. Seluruh narasumber dalam penelitian ini yang sudah berkenan memaparkan data dan membantu kemudahan akses data untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Inzadi, Ilham Ahmad. 2024. *Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.* **Skripsi.** Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing, Dr. Faiq Ainnurrofiq, M.A

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Diskominfo Kota Madiun, Akun @93fmsuaramadiun.

Pentingnya strategi komunikasi menjadi faktor penentu dalam keberhasilan apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki oleh instansi pemerintahan harus terealisasi dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Pemerintahan saat ini juga semakin gencar untuk memberikan informasi yang dibungkus melalui konten-konten yang menarik, salah satunya adalah Pemerintah Kota Madiun yang dimana saat ini sangat memanfaatkan teknologi internet khususnya media sosial instagram untuk memberikan layanan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi, yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif, dimana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik dokumentasi melalui arsip, buku, tulisan, dan gambar. Penelitian ini dilakukan di Diskominfo Kota Madiun dengan mengambil obyek penelitian bagaimana operasional pada akun instagram @93fmsuaramadiun dalam menerapkan strategi komunikasi dari pemerintah Kota Madiun dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Data yang digunakan adalah dengan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan adanya strategi yang terencana, Diskominfo Kota Madiun berhasil menjadikan akun Instagram @93fmsuaramadiun sebagai salah satu sumber informasi bagi Masyarakat. Tahapan dalam mendapatkan materi, mengelola dan memproduksi media hingga mempublikasinya, admin dari akun instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan perintah, ide dan materi dari Dinas Kominfo Kota Madiun kemudian berkoordinasi dengan tim produksi untuk menentukan skenario dan desain tampilan media yang akan dibuat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan rekomendasi bagi Diskominfo Kota Madiun dalam penggunaan Instagram sebagai media informasi serta memberikan manfaat bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi yang akurat dan bermanfaat.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun dalam Menyebarkan Informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun”, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang setulus tulusnya kepada :

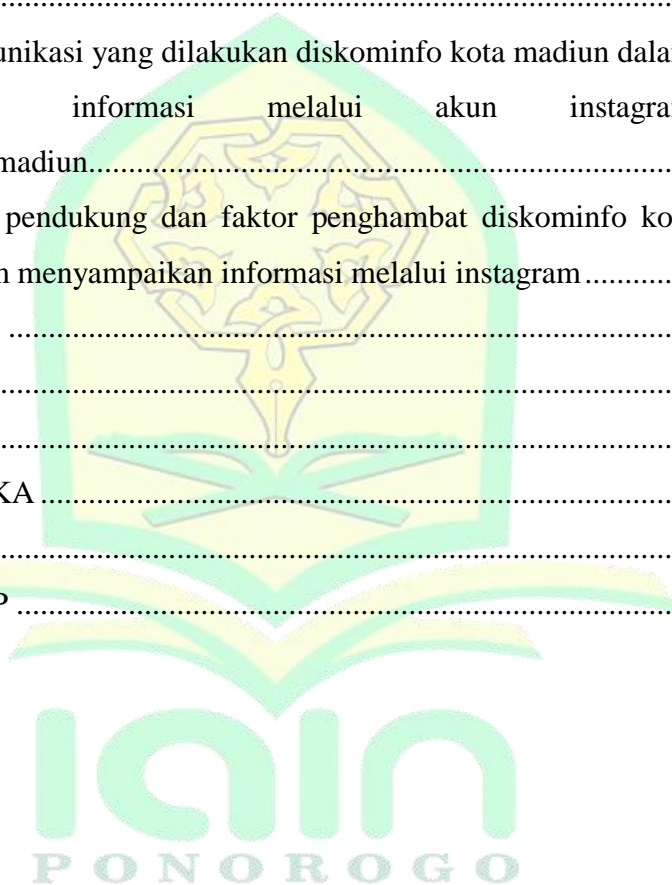
1. Ibu Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
2. Bapak Dr. Ahmad Munir M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Bapak Kayyis Fithri Ajhuri, S.H.I.,M.A selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu memberikan bimbingan akademis.
4. Bapak Dr. Faiq Ainnurrofiq, M.A. selaku pembimbing yang selalu memberikan arahan.
5. Seluruf Staf Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang turut membantu persoalan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun penelitian ini dengan sistematis. Harapan besar semoga penelitian ini berguna untuk aktivitas pendidikan dan sebagai rekam jejak bahwa kegiatan ini dilaksanakan. Sehingga bisa dipelajari oleh publik. Tidak menafikkan bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Berbagai kritik dan saran positif sangat dibutuhkan demi kebaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
NOTA PEMBIMBINGAN	iv
LEMBAR PERSSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
SURAT PEERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ASBTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka	9
F. Metodologi Penelitian	13
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN TEORI	20
A. Komunikasi	20
B. Pengertian Strategi dalam Komunikasi	30
C. Perencanaan Strategi Komunikasi	31
D. Pengertian Komunikasi Organisasi	36
BAB III PAPARAN DATA.....	37
A. Gambaran Objek Penelitian.....	37
B. Cara admin @93fmsuaramadiun mendapatkan dan mengolah informasi.....	42

C. Strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun.....	55
D. Faktor yang pendukung dan faktor penghambat diskominfo kota madiun dalam menyampaikan informasi melalui instagram	60
BAB IV PEMBAHASAN.....	63
A. Cara admin @93fmsuaramadiun Mendapatkan Dan Mengolah Informasi.....	63
B. Strategi komunikasi yang dilakukan diskominfo kota madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun.....	75
C. Faktor yang pendukung dan faktor penghambat diskominfo kota madiun dalam menyampaikan informasi melalui instagram.....	79
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87
RIWAYAT HIDUP	113



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial menjadi salah satu media penyebaran informasi yang cukup efektif untuk semua kalangan. Sehingga tidak jarang, akibat cepatnya informasi yang menyebar di media sosial sebuah isu yang belum jelas kebenarannya bergerak liar di luar kendali pihak-pihak terkait². Penyebaran informasi melalui media sosial sudah sering digunakan pada saat ini, salah satunya media sosial instagram. Instagram menciptakan sebuah kreatifitas, inspirasi, dan informasi³.

Media sosial memiliki peran yang sangat penting terlebih masyarakat sedang menuju era masyarakat informasi (*information society*) atau masyarakat ilmu pengetahuan (*knowledge society*). Akan tetapi segala bentuk kemudahan akses informasi dengan hadirnya internet bukanlah suatu masalah atau hambatan. Oleh karena itu, baik komunikator maupun komunikan perlu selektif dengan semakin banyaknya varian pesan yang ada. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi yaitu munculnya media informasi yang

² Adhitya Artha Wardhana, “Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Studi Di PPID Dinas Kominfo Kota Madiun)” (Ponorogo, IAIN, 2020),hal 4.

³ Aditya Prasanda Ramadhani, “Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon Dalam Memberikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon” (Surakarta, Universitas Muhammadiyah, 2022),hal 3.

populer seperti media sosial instagram. Kehadiran instagram, sangat membantu penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan.

Terdapat banyak cara yang bisa dilakukan untuk mendapatkan informasi yang kita butuhkan, salah satunya yaitu dengan cara mengakses media sosial instagram. Pada dasarnya, media sosial merupakan sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berkomunikasi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Instagram memudahkan penggunanya untuk mengikuti (*following*) pengguna lain, agar dapat mengetahui kegiatan apa yang dilakukan oleh pengguna yang diikuti (*following*) dalam kesehariannya karena berbagai informasi tersedia dan dapat diakses dengan mudah. Pada saat ini media sosial instagram dapat digunakan untuk mencari suatu informasi yang dibutuhkan. Hadirnya instagram mempermudah penyampaian suatu informasi dari komunikator kepada komunikan. Media instagram merupakan media sharing, dimana penggunanya bebas untuk berbagi informasi seperti foto dan video yang disertai *caption*⁴. Media sosial instagram adalah media sharing yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi pesan atau informasi berupa foto dan video yang disertai teks atau *caption*. Proses penyampaian informasi melalui media sosial perlu adanya perencanaan dan strategi agar mencapai tujuan dan keberhasilan komunikasi. LPPL Radio Suara Madiun FM merupakan salah satu media milik Dinas Kominfo Kota Madiun.

⁴ Aditya Prasanda Ramadhani, "Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Studi Di PPID Dinas Kominfo Kota Madiun)" (Ponorogo, IAIN, 2020),hal 1.

Akun @93fmsuaramadiun merupakan salah satu akun yang memanfaatkan instagram sebagai media penyampaian informasi khususnya di wilayah Kota Madiun. Instagram yang mempunyai fitur *share post* ke media sosial lain menjadikan @93fmsuaramadiun lebih sering mengunggah informasi di instagram, sebab lebih cepat dan mudah. Akun instagram @93fmsuaramadiun memposting segala sesuatu tentang Kota Madiun, baik kuliner, acara maupun yang lainnya. Akun @93fmsuaramadiun sudah mempunyai 2.716 lebih *followers* yang setiap harinya bertambah, instagram merupakan media yang cepat dan massif dalam mengomunikasikan sesuatu. *Followers* tersebut berisi masyarakat Madiun dan sekitarnya. Setiap harinya akun @93fmsuaramadiun memposting gambar dan video berbeda dan beragam melalui *feed* ataupun *instastory*, sehingga konten yang dipublikasi selalu baru.

Pentingnya strategi komunikasi menjadi faktor penentu dalam keberhasilan apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki oleh instansi pemerintahan harus terealisasi dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu pemerintah harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai. Publikasi pemerintah merupakan bagian dari saluran instansi pemerintah, yaitu dengan memperlancar proses interaksi positif dan menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan instansi tersebut⁵.

⁵ Muh. Adrian Fatwa, Abd Majid, and Andi Muttaqin, "Strategi Pengembangan Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Maros Dalam Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat," *RESPON: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2022), <https://doi.org/doi.org/10.33096/respon.v3i2.hal.128,259>.

Sebagai hal mengenai pelayanan informasi yang ada di Kota Madiun kepada masyarakat kurang memuaskan karena kurangnya tenaga kerja dibidang informasi dan komunikasi publik, sehingga menyebabkan masyarakat banyak ketinggalan informasi yang seharusnya bisa disampaikan oleh pihak Diskominfo.

Hasil penelitian dari Adrian Fatwa dkk yang mengevaluasi hasil penerapan strategi komunikasi penyampian informasi dari pemerintah kepada masyarakat Kabupaten Maros, terdapat efek media massa yang diberikan oleh Diskominfo kepada masyarakat Kabupaten Maros agar masyarakat dapat mengetahui kinerja dari pemerintahan. Adapun hasil observasi peneliti bahwa tidak semua masyarakat bisa mengetahui media massa yang di gunakan oleh Diskominfo Kabupaten Maros karena sebagian masyarakat Kabupaten Maros tidak mengerti mengenai media sosial. Kominfo juga memberikan wadah kemasyarakat kabupaten Maros mengenai sosial media⁶. Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk di disebarkan, kepada masyarakat apalagi untuk saat ini dalam menyebarkan informasi menjadi lebih mudah dan lebih efisien berkat adanya teknologi internet khususnya media sosial. Pemerintah saat ini juga semakin gencar untuk memberikan informasi yang dibingkis melalui konten-konten yang menarik, salah satunya adalah Pemerintah Kota Madiun yang dimana saat ini sangat memanfaatkan teknologi internet khususnya media sosial instagram untuk memberikan layanan informasi umum dan lainnya yang sangat akurat.

⁶ Fatwa, Majid, and Muttaqin "Strategi Pengembangan Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Maros Dalam Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat", (2022),hal 128, 260.

Menurut Lon Safko dan David K. Brake menyebutkan ada empat pilar yang mendukung strategi media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan entertainment. Media sosial memperkuat percakapan antara merek dengan audiens maupun pasar. Setiap perusahaan memiliki banyak konten yang bisa dipakai untuk berkomunikasi dengan audiensnya. Salah satu kekhasan dari media sosial berpotensi untuk menggalang kolaborasi dengan banyak pihak. Media sosial juga bisa menjadi sarana edukasi kepada audiens. Proses berbagi ilmu dan keterampilan di media sosial juga mampu mendukung customer engagement yang sedang dibangun. Salah satu yang menyenangkan bagi *audiens* di media sosial adalah hiburan atau segala konten yang mengusung hiburan⁷. Hasil penelitian Akdim Heru Saputra di Diskominfo Kota Pangkalpinang menemukan penyebab penghambatnya pemberian layanan informasi Diskominfo melalui social media Instagram serta mengetahui seberapa efektifnya social media Instagram bagi Diskominfo dalam memberikan layanan informasi di era modern ini. Penyebab terhambatnya pelayanan informasi melalui media Instagram dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang terdapat di Diskominfo kota pangkalpinang serta kurangnya penggunaan sosial media terhadap masyarakat kota pangkalpinang, tetapi sarana dan prasarana serta proses terjadinya pemberian layanan informasi berjalan dengan baik sehingga dapat dikatakan pemberian layanan informasi melalui media Instagram dapat dikatakan cukup efektif. permasalahan lainnya adalah kemampuan tenaga

⁷ Marketeers Newsletter, "Empat Pilar Strategi Media Sosial," 2013, hal 23.

SDM pada Diskominfo yang belum paham dan berkompoten dalam menggunakan sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi sehingga proses dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat melalui *website* tidak berjalan secara efektif dan efisien dan kurangnya update berita yang berada di dalam *website* menjadikan pemberitahuan informasi kurang maksimal dan ditambah lagi dengan keadaan suasana kantor yang kurang memadai sehingga mempengaruhi kinerja pegawai⁸. Maka untuk mencapai komunikasi yang baik membutuhkan Strategi dan *planning* bagus, yang mana *planning* digunakan untuk mengevaluasi halangan agar pencapaian bisa seefektif mungkin. Adapun fungsinya dan kegunaannya *planning* yang termasuk untuk menerapkan agenda yang akan ditargetkan. Cara memberikan komunikasi yang baik dan bagus tidak serta merta membuat pesan-pesan yang dipaparkan mengenai objek (*audiens*) akan tetapi komunikasi memberikan refleksi misi atau tujuan yang nantinya akan ditargetkan organisasi yang diterapkan pada setiap hari. Cara yang seperti itu membutuhkan makna yang jelas dan akurat kepada objek *audiens*, jelasnya penyampaian, dan pilihan media⁹.

Temuan yang didapatkan dilapangan bahwa akun instagram 93fmsuaramadiun telah memiliki 1.971 *posts* dan memiliki sebanyak 2.769 *followers*, namun dalam riwayatnya tiap konten yang diposted hanya memiliki pemirsa dan penyuka yang sedikit dan relatif sedikit akun *followers*

⁸ Akdim Heru Saputra, "Efektivitas Diskominfo Dalam Memberikan Layanan Informasi Melalui Media Instagram Terhadap Masyarakat Kota Pangkalpinang," *Jurnal Publikasi Ilmiah-IPDN*, (2022)hal 35.

⁹ Arisa Tamelan, "Strategi Komunikasi Diskominfo Kabupaten Malang Dalam Menyampaikan Informasi Mengenai Covid-19 Melalui Instagram" (Malang, Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2021)hal 40.

saja yang memberikan *feedback* positif baik dalam bentuk *like*, komentar atau membagikan konten tersebut. Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian tentang kajian strategi komunikasi dengan penggunaan instagram 93fmsuaramadiun oleh Diskominfo Kota Madiun sebagai media informasi perlu dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan rekomendasi bagi Diskominfo Kota Madiun dalam penggunaan Instagram sebagai media informasi serta memberikan manfaat bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi yang akurat dan bermanfaat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan fenomena dan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebaai berikut:

1. Bagaimana perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Madiun untuk menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun ?
2. Bagaimana proses pelaksanaan pengolahan informasi yang diperoleh oleh Diskominfo Kota Madiun untuk disebarkan melalui akun Instargram @93fmsuaramadiun ?
3. Bagaimana evaluasi Diskominfo Kota Madiun terhadap efektivitas penyampaian informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan pada laltar belakang,maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Madiun untuk menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun.
2. Untuk mengetahui proses pelaksanaan pengolahan informasi yang diperoleh oleh Diskominfo Kota Madiun untuk disebarluaskan melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun.
3. Untuk mengetahui evaluasi Diskominfo Kota Madiun terhadap efektivitas penyampaian informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi terutama dalam bidang kajian media komunikasi.
 - b. penelitian ini dapat menjadi referensi keilmuan untuk riset komunikasi massa yang meneliti audiens dalam perseptif aktif
 - c. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi penelitian komunikasi dengan metode kualitatif.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Memberikan manfaat praktis bagi Diskominfo Kota Madiun dalam mengevaluasi dan meningkatkan penggunaan Instagram sebagai media informasi bagi masyarakat.

- b. Untuk mengetahui bagaimana cara yang tepat untuk menggunakan Instagram dalam menyampaikan informasi yang efektif kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan interaksi dan partisipasi masyarakat.
- c. Dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi mereka dalam isu-isu yang berkaitan dengan pemerintahan melalui media sosial.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini merupakan kajian terhadap penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan penelitian seorang peneliti. Telaah pustaka dilakukan guna untuk mengetahui perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis menemukan beberapa penelitian yang pernah dilakukan yang berkaitan dengan strategi komunikasi serta faktor yang pendukung dan faktor penghambat yang dilakukan pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui akun Instagram yang dipaparkan sebagai berikut:

Pertama, hasil penelitian dari Fitri Alam Nasyroh tahun 2020 yang berjudul *Strategi Pengelolaan Instagram @infoonorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan, yaitu: (1) Akun @infoonorogo dalam mendapatkan informasi yaitu menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) Akun @infoonorogo mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau

video disertai pembuatan caption yang menarik. (3) Penyampaian informasi akun @infoponorogo menggunakan fitur-fitur yang ada di instagram seperti feed, instastory, dan Instagram TV¹⁰. Proses penyampaian informasi ini menghasilkan feedback dari follower berupa respon positif dan respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback inilah yang kemudian dijadikan evaluasi akun @infoponorogo sebagai media informasi. Persamaan penelitian ini yaitu meneliti penggunaan istagram sebagai media sosial sedangkan Perbedaan penelitian ini terletak pada pengambilan foto dalam bentuk maupun tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya instagram di definisikan sebagai aplikasi berbasis IOS, Android dan Windows Phone.

Kedua, penelitian dari Thifal Herza Giara tahun 2021 yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Payakumbuh Dalam Mempublikasikan Informasi Melalui Instagram. Penelitian ini membahas tentang strategi Diskominfo Kota Payakumbuh sebagai bidang yang mengelola akun media sosial Pemerintah Kota Payakumbuh harus mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana penyampaian tentang kebijakan, program dan capaian kinerja yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh, untuk mewujudkan hal tersebut tentu diperlukan strategi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat¹¹. Dalam penelitian ini sama-

¹⁰ Fitri Alam Nasyroh, "Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo" (Ponorogo, IAIN, 2020)hal 87.

¹¹ Thifal Herza Giara, "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Payakumbuh Dalam Mempublikasikan Informasi Melalui Instagram" (Bogor, IPB, 2021)hal 92.

sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo dalam menyebarkan informasi melalui platform Instagram. Sedangkan perbedaannya, didalam penelitian terdahulu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Payakumbuh memiliki fokus informasi yang lebih spesifik terkait dengan kebijakan, program, dan proyek yang ada di wilayah Kota Payakumbuh tersebut.

Ketiga, penelitian dari Ratu Rania yang berjudul Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @Kominfobogor. Penelitian ini membahas penerapan strategi humas oleh Diskominfo Kota Bogor masih memiliki beberapa kekurangan, seperti perencanaan yang kurang maksimal saat dilakukannya brainstorming, belum memiliki waktu tertentu untuk memposting sebuah konten, konten dan bentuk pengemasan yang terlalu monoton, hingga bentuk evaluasi yang dapat lebih diperinci lagi. Simpulan penelitian peran Diskominfo Bogor sebagai humas mampu mengelola konten sosial media dengan baik ¹². Tindakan yang dilakukan adalah menetapkan target audience, membuat *time table*, dan mendistribusikan konten. Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama mengelola akun Instagram sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu yaitu, di penelitian penulis

¹² Ratu Rania and Anisa Diniati, "Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @Kominfobogor, (2023),hal 88-89.

tidak membuat *time table* dalam pengelolaan kontennya, sedangkan di penelitian terdahulu menggunakan *time table* dalam pengelolaan konten.

Keempat, penelitian Dari M. Aulia Pananrangi Halilintar tahun 2022 yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makassar Sebagai Alat Komunikasi Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Kota Makassar menyatakan bahwa Teknik analisis data yang dipakai oleh penulis adalah model dari sugiyono yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Pemanfaatan media sosial instagram DISKOMINFO kota Makassar dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana sasaran yang telah dicapai. Sehingga tercapai pemanfaatan dalam pelaksanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika telah mencapai tujuan. Faktor penting yang menentukan keberhasilan dalam melihat pemanfaatan instagram DISKOMINFO kota Makassar ialah segi pemberi informasi, segi pemberi identitas pribadi serta segi sarana integrasi dan interaksi sosial. Peran media sosial instagram DISKOMINFO kota Makassar dalam menyebarkan informasi dinilai telah optimal, hal itu terlihat dari kepuasan masyarakat yang puas akan informasi yang diberikan. Informasi terkait kota Makassar dan pemerintah kota Makassar dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun melalui akun instagram tersebut ¹³. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif serta akun media sosial yang menjadi objek penelitian yaitu akun di instagram. Perbedaan yang terdapat

¹³ M. Aulia Pananrangi Halilintar, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makassar Sebagai Alat Komunikasi Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Kota Makassar, (2022)hal 53-54.

dalam penelitian ini yaitu cakupan instrumen serta objek penelitiannya, dimana dalam penelitian ini menggunakan objek penelitian akun instagram @93fmsuaramadiun.

Hasil dari penelitian Lensa Khoirul Jannah Sonida tahun 2022 yang berjudul Strategi Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kudus dalam Penanganan Covid-19 menyatakan bahwa strategi komunikasi publik yang dilakukan Diskominfo Kudus yang pertama, sosialisasi serta kampanye serta keterbukaan informasi terkait Covid-19 yang disebarkan melalui media sosial resmi Diskominfo Kudus dan Pemerintah Kabupaten Kudus. Aktivitas patroli lingkungan ke desa-desa guna menjangkau masyarakat yang belum memiliki akses terhadap media jejaring sosial melalui internet. Melakukan siaran pers melalui seluruh media massa dan media jejaring sosial¹⁴. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif serta akun media sosial yang menjadi objek penelitian yaitu akun di jejaring sosial media. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu cakupan instrumen serta objek penelitiannya, dimana dalam penelitian ini menggunakan hanya fokus dengan objek penelitian akun instagram @93fmsuaramadiun.

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian pada hakikatnya adalah berusaha mendapatkan informasi tentang sistem yang ada (beroperasi) pada objek yang sedang diteliti, maka

¹⁴ Lensa Khoirul Jannah Sonida, "Strategi Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kudus Dalam Penanganan Covid-19" (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2022) hal 55.

peneliti perlu menentukan cara menemukan informasi tentang sistem yang sedang dicari itu¹⁵. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan strategi humas Pemkot Madiun dalam menginformasikan program pemerintah melalui media sosial Instagram @93fmsuaramadiun. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang mengarah kepada pemahaman yang lebih luas tentang konteks tingkah laku dan proses yang terjadi pada pola-pola pengamatan dari sejumlah fakta yang berhubungan dengan penelitian¹⁶. Penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller pada mulanya bersumber pada pengamatan kualitatif yang dipertentangkan dengan pengamatan kuantitatif bahwa metodologi kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Penelitian kualitatif memiliki ciri atau karakteristik yang membedakan dengan penelitian jenis lainnya.¹⁷

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dijalankan di Diskominfo Kota Madiun dengan mengambil obyek penelitian bagaimana operasional pada akun Instagram @93fmsuaramadiun dalam menerapkan strategi komunikasi dari

¹⁵ Galang Surya Gumilang, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling". (2016), hal 144.

¹⁶ Julian Brannen, *Memadu Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah IAI Antasari Samarinda, 1999), hal 17.

¹⁷ Gumilang, 145.

pemerintah Kota Madiun dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Lokasi penelitian ini dipilih karena Diskominfo Kota Madiun sebagai pihak institusi yang berwenang untuk mengelola dan mempublikasikan seluruh informasi publik dari pemerintah Kota Madiun.

3. Data dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari informan kunci yaitu Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Kota Madiun. Sumber lainnya berasal dari informan biasa salah satunya masyarakat kota Madiun.

a) Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber data pertama di lapangan. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan data Diskominfo Kota Madiun yang menjadi admin di akun media sosial dan tim pembuat konten.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung dan melengkapi data primer, meliputi studi pustaka, literatur-literatur, dokumentasi, artikel di internet, dan data lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan strategi komunikasi menggunakan media sosial instagram.

4. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi merupakan suatu metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Metode ini digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti¹⁸.

Observasi dilakukan di kantor Diskominfo Kota Madiun, peneliti mengamati bagaimana proses menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial instagram. Peneliti juga mengamati langkah apa saja yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun sebelum memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial.

b) Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan untuk pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam¹⁹.

¹⁸ Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), 93.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 231.

Dalam tahap wawancara yang dijalankan, menggunakan narasumber sebagai berikut:

- 1) Admin @93fmsuaramadiun.
 - 2) Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun, yang bernama Bapak Bagus Wiyono, S.Sos., M.I.Kom.
 - 3) Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun, yang bernama Ibu Rita Priyaningrum, S.Sos., M.I.Kom.
 - 4) Anggota Masyarakat Kota Madiun yang aktif mengikuti media sosial instagram akun @93fmsuaramadiun.
- c) Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian²⁰. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang bersifat dokumen, seperti hasil wawancara dengan narasumber, profil lokasipenelitian dan lain sebagainya.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya penulis melakukan tahap analisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu

²⁰ Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 111.

bentuk penelitian untuk mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan peristiwa fenomena yang dapat menggambarkan pola komunikasi dalam suatu kelompok. Setelah itu, peneliti ingin melakukan penelitian secara kualitatif untuk menganalisis lebih lanjut penelitian ini. Jadi, penelitian ini dapat disimpulkan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Menurut Sugiyono keabsahan data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Suatu data dikatakan valid apabila tidak ada perbedaan antar data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya. Keabsahan data yang digunakan adalah *member check*. Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan member check adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data²¹.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Gambaran atas masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 83.

BAB I merupakan pendahuluan. Bab ini merupakan gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi keseluruhan penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan kajian teori tentang pengertian komunikasi dan strategi komunikasi.

BAB III merupakan temuan penelitian. Pada bab ini mendeskripsikan mengenai data yang diperoleh di Diskominfo Kota Madiun serta dijelaskan secara deskriptif.

BAB IV merupakan analisis dari data yang berisi langkah atau tahapan proses komunikasi Diskominfo Kota Madiun dalam mensosialisasikan program pemerintah melalui media sosial instagram.

BAB V merupakan penutup. Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang berguna bagi penulis untuk peneltian berikutnya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi. Hafied Cangara, mengutip dari Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi, mengatakan bahwa definisi komunikasi yaitu: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” Definisi tersebut dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid sehingga melahirkan definisi yang lebih maju dengan menyatakan: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”²².

Komunikasi menurut bahasa dalam “Ensiklopedia Umum” diartikan dengan “perhubungan”, sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan lain, yaitu:

²² Hafied Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 35.

- a. *Communicare*, yang artinya berpartisipasi atau memberitahukan.
- b. *Communis*, yang artinya milik bersama ataupun berlaku dimana-mana.
- c. *Communis Opinion*, yang artinya pendapat umum ataupun pendapat mayoritas.
- d. *Communico*, yang artinya membuat sama.

Demikian dengan *Communication*, yang artinya sama. Sama berarti memiliki maksud sama makna. Komunikasi secara sederhana dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) ataupun sekunder (tidak langsung)²³.

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam berkomunikasi baik itu secara langsung atau tidak langsung, ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan yaitu:

a. Komunikator

Komunikator merupakan seseorang yang menyampaikan pesan dalam berkomunikasi. Komunikator bisa berupa seseorang yang sedang berbicara, menulis, kelompok atau organisasi komunikasi²⁴.

b. *Message* (Pesan)

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Pesan adalah sesuatu keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa

²³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

²⁴ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2017), 45.

bersifat suatu informasi yang kemudian dapat disimpulkan sendiri oleh penerima pesan tersebut.

c. Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber atau komunikator kepada penerima. Media disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian, arisan dan lain-lain.

d. Penerima atau Komunikan

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima.

e. Pengaruh atau efek

Pengaruh atau efek merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pola pikir, tingkah laku ataupun sikap seseorang setelah menerima pesan ini. Pengaruh ini juga bisa disebut dampak atau akibat.

f. Umpan balik

Umpan balik merupakan tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh.

g. Lingkungan

Lingkungan merupakan situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi tersebut tidak bisa diterima dengan baik oleh komunikan ²⁵.

3. Proses Komunikasi

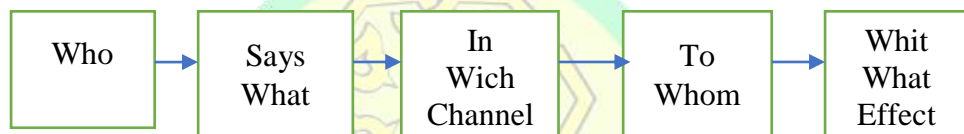
Dalam buku *Komunikasi dan Interaksi Sosial Anak (2021)* karya Encep Sudirjo dan Muhammad Nur Alif, dituliskan beberapa karakteristik model komunikasi Harold Lasswell, yaitu:

- a. Komunikasi berlangsung satu arah
- b. Tidak ada umpan balik (feedback)
- c. Dipandang sangat umum dan hanya mencakup tema komunikasi yang bersifat tradisional.
- d. Model komunikasi Lasswell merupakan dasar propaganda, karena lebih menitik beratkan pada hasil keluaran
- e. Biasanya digunakan sebagai media persuasi

Model komunikasi Harold Lasswell sering dipakai untuk menggambarkan konteks komunikasi massa, seperti televisi, radio, majalah, koran dan sebagainya karena proses komunikasinya bersifat satu linier atau satu arah. Model komunikasi Lasswell ini termasuk model komunikasi tertua yang masih digunakan hingga saat ini. Awalnya model

²⁵ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 37-38.

komunikasi Lasswell dikembangkan untuk menganalisis komunikasi massa, khususnya tentang media propaganda. Namun seiring perkembangan zaman, model komunikasi ini sering digunakan untuk menganalisis komunikasi interpersonal atau komunikasi kelompok yang menjadi sasaran diseminasi (penyebar luasan) pesan. Harold Lasswell dalam teorinya menggambarkan proses komunikasi dalam gambar sebagai berikut :



Gambar 2.1 Model Komunikasi Harold Lasswell

- a. Who (siapa), 'who' berkedudukan sebagai komunikator atau sumber informasi, bertugas untuk memulai komunikasi, baik secara individu, kelompok maupun Lembaga
- b. Says What (berbicara apa), merujuk pada hal yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan
- c. In Which Channel (dengan media apa), artinya saluran atau media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak (lewat media elektronik atau media cetak).
- e. To Whom (kepada siapa), saat akan mengirim pesan, komunikator harus menentukan pihak penerima (komunikan) pesan atau informasi

tersebut. Pihak penerimanya bisa berupa individu, kelompok, atau lembaga.

- f. With What Effect (dampak yang ditimbulkan), setelah pesan diterima, perlu dilihat adakah perubahan pada diri komunikan, seperti bertambahnya pengetahuan, perubahan pendapat, perubahan sikap, dan sebagainya.

4. Fungsi Komunikasi

Di dalam suatu komunikasi, biasanya ada fungsi dari komunikasi itu sendiri. Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk²⁶:

- a. Memberi informasi
- b. Menghibur
- c. Mendidik
- d. Membentuk opini publik

Suryanto dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengutip dari Harold D. Lasswell mengatakan bahwa komunikasi mempunyai tiga fungsi sosial, yaitu²⁷:

- a. Pengawasan lingkungan
- b. Korelasi antarbagian dalam masyarakat untuk pencapaian consensus mengenai lingkungan

²⁶ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 42.

²⁷ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 214.

- c. Sosialisasi (transmisi nilai-nilai atau warisan sosial dari suatu generasi ke generasi selanjutnya)

Fungsi pengawasan menunjuk pada upaya pengumpulan, pengolahan, produksi, dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa yang terjadi di dalam ataupun di luar lingkungan suatu masyarakat. Upaya ini selanjutnya diarahkan pada tujuan untuk mengendalikan hal-hal yang terjadi di lingkungan masyarakat. Misalnya, mencegah keresahan, memelihara ketertiban dan keamanan.

Fungsi korelasi menunjuk pada upaya memberikan interpretasi atau penafsiran informasi mengenai peristiwa yang terjadi. Atas dasar interpretasi informasi ini diharapkan berbagai kalangan atau bagian masyarakat mempunyai pemahaman, tindakan atau reaksi yang sama atas peristiwa yang terjadi. Dengan begitu, fungsi korelasi ini komunikasi diarahkan pada upaya pencapaian consensus²⁸.

Fungsi lain dari komunikasi yaitu apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial sebagai berikut:

- a. Informasi: Yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui

²⁸ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 215.

keadaan yang terjadi diluar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

- b. Sosialisasi: Yaitu menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
- c. Motivasi: Yaitu mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.
- d. Bahan diskusi: Menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- e. Pendidikan: Yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas , baik untuk pendidikan formal disekolah maupun diluar sekolah.
- f. Memajukan kebudayaan: Media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pemikiran program siaran radio dan televisi, atraukah bahan cetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing- masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara.
- g. Hiburan: Sifat estetika dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa akan membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.

- h. Integrasi: Yakni komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa ²⁹.

5. Tujuan Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan interaksi sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu, manusia disebut makhluk sosial yang bermasyarakat dan berbudaya. Intensitas interaksi sosial tidak dapat dilepaskan dari ketergantungan manusia yang saling memberi dan menerima informasi. Disinilah ilmu komunikasi menemukan momentumnya, yaitu bertujuan sebagai berikut:

- a. Informasi yang disampaikan dapat dipahami orang lain. Suryanto mengutip dari Dedy Mulyana mengatakan komunikator yang baik dapat menjelaskan pada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti hal-hal yang dimaksudkan.
- b. Memahami orang lain. Komunikator harus mengerti aspirasi masyarakat tentang hal-hal yang diinginkan, tidak menginginkan kemauannya.
- c. Agar suatu gagasan dapat diterima orang lain dengan baik, komunikator harus berusaha menerima gagasan orang lain dengan pendekatan yang persuasif, bukan memaksakan kehendak.

²⁹ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 70.

- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, dengan kegiatan yang mendorong orang lain untuk melakukan sesuatu yang dilakukan dengan cara yang baik.

Dengan demikian, secara singkat dapat dijelaskan bahwa komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap mengadakan suatu komunikasi, komunikator perlu mempertanyakan tujuannya. Dalam suatu organisasi komunikasi memiliki tujuan-tujuan tertentu agar tepat pada sasarannya. Suryanto dalam bukunya mengutip dari Mudjito (dalam Riyono Pratikto) menyimpulkan bahwa komunikasi dalam organisasi bertujuan memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar secara bersama-sama berusaha mencapai tujuan organisasi. Di samping itu, komunikasi juga mengintegrasikan fungsi-fungsi manajemen (POAC). Artinya, dengan komunikasi organisasi dapat³⁰:

- a. Menyebarluaskan tujuan organisasi
- b. Mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi
- c. Mengorganisasikan sumber-sumber lain agar dapat dimanfaatkan
- d. Memilih dan menghargai anggota organisasi yang baik
- e. Memimpin, memotivasi, dan menciptakan iklim atau suasana dalam organisasi sehingga para anggota bersedia berpartisipasi semaksimal mungkin
- f. Mengontrol perilaku para anggota organisasi.

³⁰ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 27.

B. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “again” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*the art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya, kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”³¹.

Hafied Cangra mengutip dari Karrvon Clausewitz seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* mengatakan bahwa strategi adalah “Suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Marthin – Anderson merumuskan “Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”³².

Secara umum pengertian strategi merupakan suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Dalam menetapkan strategi, harus didahului oleh analisis kekuatan lawan yang

³¹ Abu Ahmadi, *Strategi Belajar Mengajar* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 11.

³² Cangra, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 64.

meliputi jumlah personal, kekuatan, dan persenjataan, kondisi lapangan, posisi musuh dan lain-lain³³.

Hafied Cangara mengutip dari Rogers memberi batasan mengenai pengertian strategi komunikasi yaitu strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”³⁴.

Strategi komunikasi menurut Effendy Uchjana merupakan pencampuran antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatannya bisa berbeda-beda tergantung pada suatu situasi dan kondisi³⁵.

C. Perencanaan Strategi Komunikasi

Perencanaan strategi selalu dimulai dengan penentuan misi organisasi, dimana misi adalah suatu tujuan jangka panjang kemana organisasi akan

³³ Ahmadi, *Strategi Belajar Mengajar*, 11.

³⁴ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 64.

³⁵ Onong Effendy Uchjana, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2013), 45.

mengarah. Pembuatan rencana strategi akan melibatkan banyak orang dalam organisasi karena, perencanaan seperti ini berbicara tentang seluruh organisasi baik dari pimpinan hingga bawahan, dari fungsi pemasaran, produksi, dan dari masa kini hingga masa depan. Akibatnya keterlibatan banyak orang sangat diharapkan.

Proses pembuatan rencana strategi biasanya dimulai dengan melakukan apa yang dikenal dengan nama me-review keberadaan organisasi. Dalam tahap ini apa yang telah dilakukan oleh organisasi selama ini akan dianalisis apakah sudah baik apa masih ada kelemahan. Semua itu akan dicatat dan dikelompokkan menjadi bagian-bagian yang nantinya hasil pengelompokan ini akan digunakan sebagai dasar untuk membuat rencana ke depan.

Tahap selanjutnya adalah me-review misi dan goal yang dimiliki. Apabila belum memiliki misi dan goal maka harus dibuat. Review misi dan goal yang harus digunakan untuk melihat apakah masih dapat digunakan untuk masa depan atau tidak.. Misi organisasi biasanya cenderung tetap. Kalaupun akan diganti maka yang diganti hanya editorial nya saja. Biasanya misi diganti jika misi tersebut sudah tercapai, kemudian pihak organisasi mengganti misi tersebut. Khusus untuk strategi public relation maka ada beberapa acuan yang dapat dikembangkan, pertama penentuan siapa yang akan dilayani dan mengapa organisasi penting untuk menentukan mengapa target audien ini begitu penting untuk dilayani. Kedua apa kata penelitian. Hal ini penting untuk menentukan dan menampilkan hasil penelitian tentang

apa komentar audien tentang organisasi. Ketiga tentukan sasaran public relation. Keempat, membuat perencanaan tentang aksi apakah yang akan dilakukan.

Dalam pembentukan suatu strategi, diperlukan beberapa cara agar suatu strategi tersebut tepat pada sasaran. Tidak terkecuali dalam pembentukan strategi komunikasi humas di suatu lembaga, baik itu swasta atau pemerintahan³⁶.

Tahapan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan, yaitu:

1. Penelitian

Sebuah organisasi atau lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan, atau- atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam tahapan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui problematik yang dihadapi lembaga.

Dalam tahapan ini penelitian dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan bahan membuat rumusan

³⁶ John P. Simanjuntak, *Public Relations Dilengkapi 7 Kasus Dan Alamat-Alamat Situs Web Penting Bagi Public Relations* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 80.

strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

2. Perencanaan

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah- langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, tahap ini diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan. Sumber disini adalah individu atau lembaga yang bersifat sebagai pemberi pesan yang berupa informasi atau penyuluhan. Selanjutnya adalah media adalah perantara yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada sasaran yang ingin dituju, yaitu komunikannya. Sasaran dari tahap ini berupa masyarakat luas atau kelompok tertentu, dengan tujuan memperoleh efek yang diharapkan.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat. Tahap perencanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dalam bentuk tayangan televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar dan lain sebagainya.

Inti dari tahap pelaksanaan ini yaitu untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak untuk mencapai sebuah tujuan.

4. Pengukuran atau Evaluasi

Pengukuran atau evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilakukan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Seperti apakah media yang digunakan efektif untuk digunakan sebagai implementasi strategi tersebut, apakah tujuan strateginya tercapai, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan, dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima pesan tersebut. Tahap ini sangat penting dilakukan karena bila strategi itu sendiri berhasil berjalan dengan baik, maka strategi itu dapat digunakan pada masalah-masalah berikutnya.

5. Pelaporan

Pelaporan adalah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam pelaporan itu mendapatkan hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya. Tapi jika dalam program itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi program yang akan dilakukan³⁷.

³⁷ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, 72.

D. Pengertian Komunikasi dalam Organisasi

Menurut R. Wayne Pace dalam buku komunikasi organisasi yang dikutip oleh Deddy Mulyana adalah:³⁸

1. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan antara unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang memiliki hubungan hierarkis satu sama lain dan berperan dalam lingkungan. Dalam buku komunikasi organisasi yang dikutip oleh R. Wayne Pace yaitu Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.
2. Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers dalam bukunya, *Communication in Organization*, mengacu pada kombinasi sistem. Secara umum, organisasi didefinisikan sebagai suatu sistem yang mapan yang terdiri dari orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas.
3. Menurut Goldhaber yang dikutip oleh Marhaeni Fajar menyebutkan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain.

³⁸ Wayne R Pace and Don F Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Yogyakarta: LKIS, 2017), 32.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Diskominfo Kota Madiun

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun merupakan unsur pelaksana otonomi daerah di bidang komunikasi, informatika, persandian, dan statistik. Sebelumnya, Dinas komunikasi dan Informatika Kota Madiun merupakan salah satu bidang di Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika (Dishubkominfo) Kota Madiun yang terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 04 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Kota Madiun serta Surat Keputusan (SK) Wali Kota Madiun Nomor 38 Tahun 2008 tentang Uraian Tugas dan Fungsi Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang mempunyai tugas membantu Wali Kota melaksanakan kewenangan desentralisasi, dekonsentrasi, dan tugas pembantuan di bidang perhubungan komunikasi dan informatika. Dishubkominfo Kota Madiun berkantor di Jalan Basuki Rahmad Nomor 4 Kelurahan Sukosari (sekarang jadi Puskesmas Sukosari). Pada awal 2016 Dishubkominfo berpindah kantor di Jalan Hayam Wuruk nomor 62 Kelurahan Manguharjo.

Dalam rangka optimalisasi Tugas Pokok dan Fungsi yang didasarkan pada perda nomor 03 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah di Kota Madiun pun mengalami perubahan.

Termasuk Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika adalah salah satu perangkat daerah yang terpisah menjadi dua dinas. Yaitu, Dinas Perhubungan dan Dinas Komunikasi dan Informatika. Perda tersebut mulai berlaku efektif pada Januari 2017. Dinas Perhubungan kemudian tetap berkantor di Jalan Hayam Wuruk nomor 62 Kelurahan Manguharjo. Sedangkan, Dinas Kominfo berkantor di Jalan Pahlawan nomor 37 Kelurahan Kartoharjo. Dinas Kominfo memakai salah satu gedung Sekretariat Daerah Kota Madiun pada waktu itu. Dinas Kominfo kemudian mendapatkan hibah aset gedung eks kantor DPRD Kota Madiun di Jalan Perintis Kemerdekaan 32 Kelurahan Kartoharjo dan mulai ditempati pada 25 Juli 2019 hingga sekarang.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun mengalami perubahan struktur organisasi kembali sekaligus dengan pelaksanaan penyederhanaan birokrasi sesuai amanat Peraturan Daerah Kota Madiun Nomor 08 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 03 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Penjabaran tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun berpedoman pada Peraturan Wali Kota Madiun Nomor 69 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika. Dinas Kominfo merupakan dinas tipe B dengan unsur pelaksana yang terdiri dari tiga bidang. Yakni, Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Bidang Pengelolaan Statistik

dan Persandian. Diskominfo berperan sebagai PPID utama dan OPD berperan sebagai PPID pembantu. Mereka saling bekerja sama dan berkoordinasi untuk menyediakan dan memberikan informasi berdasarkan peraturan perundang-undang yang berlaku.³⁹

2. Visi dan Misi Diskominfo

Visi : Terwujudnya pelayanan informasi Kinerja Pelayanan Pemerintah Kota Madiun yang transparan dan bertanggung jawab sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Misi :

- a Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi yang berkualitas.
- b Meningkatkan insfrastruktur pelayanan dan kompetensi SDM pengelola PPID.

Motto : Cepat dan Tepat.⁴⁰

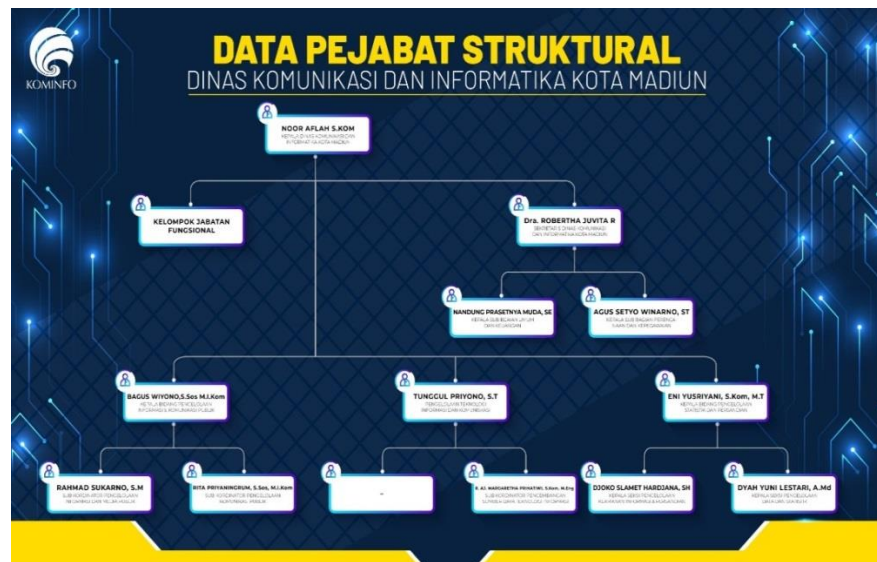
3. Struktur Organisasi Diskominfo Kota Madiun

Struktur organisasi memudahkan pencapaian visi misi diskominfo yang memiliki tugas dan tanggungjawab masing-masing. Mengenai struktur organisasi diskominfo adalah sebagai berikut.⁴¹

³⁹ Diskominfo Kota Madiun, "Profil Sekilas Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023, <https://kominfo.madiunkota.go.id/profil/>.

⁴⁰ Diskominfo Kota Madiun, "Visi Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023, <https://kominfo.madiunkota.go.id/visi-misi/>.

⁴¹ Diskominfo Kota Madiun, "Data Pejabat Struktural Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023, <https://kominfo.madiunkota.go.id/struktur-organisasi/>.



Gambar 3.1 Struktur Ogranisasi Diskominfo Kota Madiun



Gambar 3.2 Akun Instagram Diskominfo Kota Madiun

4. Tupoksi Diskominfo Kota Madiun

Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 72 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Rincian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun.⁴²

a Tugas :

Memimpin, Mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan kebijakan, evaluasi dan bimbingan teknis di bidang Komunikasi dan Informatika sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

b Fungsi :

- 1) Penyusunan rumusan kebijakan teknis di bidang urusan Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian berdasarkan Peraturan Perundang-undangan
- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang urusan Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian
- 4) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang urusan Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian sesuai Peraturan Perundang-undangan.

⁴² Diskominfo Kota Madiun, "Tupoksi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023, <https://kominfo.madiunkota.go.id/tupoksi/>.

B. Perencanaan Diskominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

Diskominfo kota madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun dipaparkan sesuai dengan tujuh elemen strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber atau komunikator (*source*)

Komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah *sender*, *encoder*, *source*, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.⁴³ Dalam strategi komunikasi dari pemerintah Kota Madiun untuk penyampaian informasi kepada masyarakat Kota Madiun dalam objek penelitian ini yang bertindak sebagai komunikator yaitu akun instagram @93fmsuaramadiun. Sebagai komunikator, akun instagram @93fmsuaramadiun telah menjalankan tugas secara baik dengan selalu mendapatkan respon positif dari *followers*, sebagaimana disampaikan admin akun instagram @93fmsuaramadiun menjelaskan bahwa:

Kami memiliki wewenang sendiri untuk mengelolanya dengan melalui pertimbangan prosedur pengelolaan informasi publik dibawah Dinas Kominfo yang telah ditetapkan sesuai wewenang sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal Kota Madiun pada Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Madiun dan perubahannya di Perda No. 10 tahun 2018. Sebagaimana dalam pasal 71 Perda No. 10 tahun 2018 yang mengatur bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang melaksanakan

⁴³ Yudi Abdullah and Oktarina Yetty, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori DanPraktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2017).

pengelolaan operasional, fungsi pengawasan dan fungsi direksi.⁴⁴ Apabila kita memposting konten di akun instagram, akan dishare ke akun sosial media lainnya, karena diharapkan dari cara tersebut dapat lebih tersebar informasi yang disampaikan kepada masyarakat.⁴⁵

Dijelaskan pula terkait respon dari followers dan tanggapan admin, bahwa:

Kami selalu menyiapkan sebelumnya materi *feedback* yang perlu dijelaskan kepada masyarakat yang sumbernya dari kominfo atau pihak-pihak yang menjadi objek dari konten tersebut. Apabila komentar berupa kritik aatau saran, akan Kami catat sebagai masukan atau aspirasi perbaikan dari isi konten tersebut dan diteruskan kepada pemangku kepentingan dari isi konten tersebut.⁴⁶

Penjelasan lain juga disampaikan Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun, terkait operasional akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai komunikator bahwa:

Menentukan tema konten yang dibutuhkan dalam menyampikan informasi kepada masyarakat. Redaksi harus terlebih dahulu memilah informasi yang kita butuhkan menjadi point terpenting saat mempublikasi informasi di sosial media. Karena jika seseorang sudah mengetahui apa saja informasi yang ia butuhkan, ia akan lebih sadar dan tahu arah saat menggunakannya. Juga perlu diperhatikan dalam menggunakan pilihan kata yang tepat saat akan menggugah dan berkomentar di instagram. Yaitu bagaimanana memberikan caption dan komentar serta bagaimana menanggapi *followers* @93fmsuaramadiun di sosial media, penggunaan kata yang sopan dan formal, tidak menyinggung pihak *followers* akan memberikan ketenangan saat menggunakannya.⁴⁷

⁴⁴ Wawancara pribadi dengan Jajak Wicaksono admin Instagram @93fmsuaramadiun, Rabu 26 Mei 2024

⁴⁵ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁴⁶ Admin akun @93fmsuaramadiun.

⁴⁷ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Dijelaskan pula oleh Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait prosedur komunikator dalam penyampaian informasi kepada publik, bahwa:

Dalam mengelola media sosial, Instansi Pemerintah harus memiliki prinsip dan etika yang berbeda dengan pengelolaan media sosial untuk pribadi. Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 mengatur beberapa prinsip dan etika yang perlu diperhatikan oleh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah, yaitu kredibel, yakni menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan. Berintegritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika. Selalu profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya. Selalu responsif, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat. Berintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (*online*) maupun yang tidak berbasis internet (*offline*). Prinsip keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan pribadi.⁴⁸

Respon penilaian dari salah satu tokoh masyarakat kepada admin akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai komunikator disampaikan pula bahwa:

Akun itu selalu menyampaikan informasi dari program pemerintah dan berita-berita yang terjadi di Madiun dan sekitarnya. Konten yang diposting selalu muncul di beranda saya, baik yang terbaru atau yang sudah saya buka sebelumnya. Akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Melalui teknologi sosial media, saya rasa lebih komunikatif dari pada menggunakan media radio seperti era dahulu, karena dengan media sosial, pengelola akun dapat lebih interaktif dengan masyarakat secara langsung melalui komentar dan halaman pesan untuk berkomunikasi dengan lebih baik. Dari jumlah *followers*-nya yang sudah banyak dan banyak yang komentar positif di tiap konten yang diposting. Itu bisa menjadi ukuran bahwa akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas

⁴⁸ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat..⁴⁹

Berdasarkan hasil paparan data keterangan para narasumber yang ditemui di lapangan, dapat dijelaskan bahwa admin akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai Komunikator telah menjalankan tugas sebagai pengelola salah satu media komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Madiun dengan baik. Respon penilaian yang positif serta hasil evaluasi dari Dina Kominfo Kota Madiun sebagai Dewan Pengawas telah dapat menjelaskan bahwa kinerja komunikator telah berjalan optimal, meskipun masih diperlukan peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi dan tren sosial media kedepannya.

2. Pesan (*message*)

Menurut Hafied Cangara, Pesan dalam proses komunikasi, dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat.⁵⁰ Isi pesan yang disampaikan Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun mengedepankan prinsip informatif serta menguatkan isi melalui materi yang edukatif. Hal tersebut seperti diterangkan oleh Admin akun @93fmsuaramadiun, bahwa:

⁴⁹ K.P. Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.

⁵⁰ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*.56

Terdapat prinsip utama dalam literasi digital yaitu pemahaman di mana masyarakat memiliki kemampuan untuk memahami informasi yang tersaji di internet sebagai media komunikasi, baik secara implisit ataupun eksplisit. Tingkat pemahaman atau daya tangkap masyarakat terhadap informasi yang disajikan dapat diukur dari respon terhadap isi substansi dari konten yang kami publikasikan.⁵¹

Dijelaskan pula oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun:

Menentukan tema konten yang dibutuhkan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Redaksi harus terlebih dahulu memilah informasi yang kita butuhkan menjadi point terpenting saat mempublikasi informasi di sosial media. Karena jika seseorang sudah mengetahui apa saja informasi yang ia butuhkan, ia akan lebih sadar dan tahu arah saat menggunakannya. Juga perlu diperhatikan dalam menggunakan pilihan kata yang tepat saat akan menggugah dan berkomentar di instagram. Perlu mengelola isi informasi dengan baik agar dapat optimal untuk menyampaikan informasi program pemerintah kepada masyarakat. misalkan konten harus dikemas dengan baik melalui penyusunan agenda setting dan dapat digunakan untuk menghindari kesalahan penerimaan informasi oleh masyarakat.⁵²

Terkait isi informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun, memiliki isi materi yang telah memenuhi keinginan masyarakat, yaitu pesan yang jelas, berbobot dan mendidik. Hal ini seperti disampaikan salah satu tokoh masyarakat Kota Madiun, bahwa:

Konten yang diposting sangat bagus-bagus kualitasnya, pasti dibuat oleh ahli yang profesional. Setiap tema di video atau gambar yang diposting berisi informasi yang bermanfaat untuk masyarakat dan tidak hanya informasi kegiatan pemerintah saja seperti akun milik pemerintah kota lain yang biasanya hanya berisi kegiatan atau program pemerintah saja. Konten-konten yang diposting sangat bagus-bagus kualitasnya, pasti dibuat oleh ahli yang profesional.

⁵¹ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁵² KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Berkualitas bagus yang saya maksudkan tidak hanya kualitas tampilan saja, namun juga kualitas dari isi materinya sangat informatif. Menurut saya isi konten sudah bagus, namun perlu ditingkatkan frekuensi produksi konten dan mempublikasinya dalam setiap harinya. Kita bisa mengamati akun-akun produktif milik personal atau media massa yang bermuatan bisnis, dapat memposting konten banyak dalam sehari, karena memiliki tim yang banyak dan mungkin tiap tim dibentuk dengan operasional untuk memproduksi dengan materi khusus yang ditetapkan tiap timnya. Saran saya, akun instagram @93fmsuaramadiun juga dapat dioperasionalkan seperti itu supaya lebih produktif lagi dengan memposting banyak konten setiap harinya.⁵³

Berdasarkan paparan keterangan para narasumber di lapangan, dapat dijelaskan bahwa isi konten-konten sebagai penyampai pesan informasi dari Pemerintah Kota Madiun kepada Masyarakat telah diproduksi dan disampaikan dengan baik. Sebagai saran untuk perbaikan kedepannya, masih diperlukan peningkatan kuantitas produksi konten-konten sehingga dapat memposting yang lebih banyak dalam setiap harinya. Hal ini dapat dijalankan dengan menambahkan tim produksi konten dengan mengkategorikan berdasarkan materi kepada setiap tim yang memproduksi, sehingga diharapkan akun instagram @93fmsuaramadiun dapat lebih produktif.

3. Saluran atau media (*channel*)

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram.

⁵³ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.⁵⁴ Objek dalam penelitian ini yaitu akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai media komunikasi publik penyampai informasi dari Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat. Akun instagram @93fmsuaramadiun merupakan salah satu media informasi Pemerintah Kota Madiun yang bertugas pokok untuk menyampaikan pesan-pesan layanan dari pemerintah. Peran sebagai media saluran penyampai pesan ini seperti dijelaskan oleh Admin akun @93fmsuaramadiun:

Akun @93fmsuaramadiun dibuat tahun 2017, dan sekarang sudah hampir tiga ribu (tepatnya 2,826 *followers*). Followers kami terus mengalami peningkatan karena selain akun di instagram, kami juga tautkan dengan dengan akun @93fmsuaramadiun di *youtube* dan Facebook dengan nama LPPL Radio Suara Madiun. Apabila kita memposting konten di salah satu akun tersebut, akan dishare ke akun sosial media lainnya. Diharapkan dari cara tersebut dapat menjangkit banyak *followers*.⁵⁵

Sebagai media yang informatif, akun instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan respon dari masyarakat yang positif, sebagaimana diterangkan Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun bahwa strategi komunikasi yang diterapkan yaitu:

Pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan follower, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat

⁵⁴ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya", 89.

⁵⁵ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

konten-konten media sosial yang mendidik. Telah diberikan pelatihan kepada seluruh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah yang diberikan tugas mengurus media sosial. Pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus terus menjaga etika yaitu menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah. Menghormati kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat. Selalu menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan di jaringan media sosial. Selalu melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Setiap *feedback* dari postingan yang dibagikan di media sosial harus mudah dipahami agar mendapat perhatian dan respon dari *follower*. Media sosial mempermudah Instansi Pemerintah Kota Madiun menyebarkan informasi, dengan tetap memperhatikan prinsip dan etika organisasi.⁵⁶

Akun Instagram @93fmsuaramadiun telah mendapatkan respon dari masyarakat yang positif yaitu sebagai media yang informatif karena telah menerapkan strategi komunikasi dengan baik sebagai media penyampai pesan Pemerintah Kota Madiun kepada Masyarakat. Strategi yang digunakan yaitu dengan memiliki standar kemampuan berkomunikasi kepada publik secara interaktif, memiliki kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial yang mendidik, serta menjaga kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat.

4. Penerima atau komunikan (*receiver*)

Komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator.

Komunikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara.

Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena

⁵⁶ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan baik dari komunikator, pesan, atau media.⁵⁷ Sasaran dari penyampaian pesan Pemerintah Kota Madiun yaitu seluruh masyarakat Kota Madiun. Sebagai sasaran informasi, masyarakat Kota Madiun sebagian banyak telah menggunakan media sosial khususnya Instagram. Tren penggunaan media sosial instagram yang berkembang sekarang ini menuntut para pembuat konten khususnya pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus dapat menarik perhatian masyarakat Kota Madiun sebagai *followers*-nya agar dapat menyampaikan pesan secara optimal.

Dijelaskan oleh seorang anggota Masyarakat Kota Madiun sebagai follower dari akun @93fmsuaramadiun dalam wawancara, bahwa:

Menurut saya akun Instagram @93fmsuaramadiun sudah diikuti mayoritas masyarakat Kota Madiun. Karena setiap konten yang diposting juga banyak yang tertaut (*tagged*) dengan akun instagram institusi negeri yang lain, contohnya akun milik sekolah-sekolah negeri dan swasta serta akun-akun milik pemerintah di level kelurahan dan dinas-dinas. Bahkan saya melihat ada akun pribadi yang mentautkan akun @93fmsuaramadiun, maka kemungkinan besar juga sudah banyak masyarakat Kota Madiun yang mengikuti akun @93fmsuaramadiun. Akun instagram @93fmsuaramadiun merupakan pengembangan teknologi dari radio Suara Madiun yang merupakan milik Pemerintah Kota Madiun. Melalui teknologi sosial media, saya rasa lebih komunikatif dari pada menggunakan media radio seperti era dahulu, karena dengan media sosial, pengelola akun dapat lebih interaktif dengan masyarakat secara langsung melalui komentar dan halaman pesan untuk berkomunikasi dengan lebih baik. Saya hanya bisa mengukur tingkat respon masyarakat terhadap akun tersebut dari jumlah *followers*-nya yang sudah banyak dan banyak yang komentar positif di tiap konten yang diposting. Itu bisa menjadi ukuran bahwa

⁵⁷ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya", 90.

akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.⁵⁸

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dinyatakan bahwa masyarakat yang menjadi *followers* akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai komunikan atau penerima pesan informasi telah menerima dengan baik isi konten yang disajikan. Namun dalam operasionalnya masih ditemukan kendala yang dirasakan secara umum justru dari pihak masyarakat yang lebih menyukai akun-akun yang menyajikan hiburan daripada akun resmi pemerintah yang menyajikan pesan-pesan layanan masyarakat. Hal ini seperti dijelaskan pula oleh Bapak Juandana sebagai masyarakat yang juga praktisi di bidang informasi dan komunikasi publik, yang menerangkan:

Kendala hambatan dalam komunikasi dan informasi yang disampaikan ke masyarakat justru dari motivasi masyarakat sendiri yang kurang meminati untuk mengikuti media sosial milik pemerintah dan justru lebih banyak mengkonsumsi konten hiburan yang menurut saya tidak bermuatan pendidikan dan informasi yang positif dalam meningkatkan kualitas ekonomi, sosial, budaya dan spiritualnya.⁵⁹

5. Akibat atau pengaruh (*effect*)

Pengaruh yang dimaksud yaitu perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu,

⁵⁸ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁵⁹ *Ibid*

effect dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.⁶⁰

Pengaruh dari pesan-pesan informasi Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat melalui media sosial instagram dengan akun @93fmsuaramadiun telah dirasakan secara positif. Hal ini diterangkan oleh Bapak Juandana sebagai masyarakat yang juga praktisi di bidang informasi dan komunikasi publik, yang menerangkan dalam wawancaranya:

Akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial milik pemerintah harus lebih aktif lagi dalam mendidik masyarakat supaya dapat meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan budaya Kota Madiun. Selama ini sudah bagus tema-tema yang diposting, berisi informasi berita umum, kegiatan insitusi pemerintahan dan yang sekarang sedang aktif dalam menyambut bulan Ramadhan setiap hari memposting konten Tausiah/Dakwah yang sangat mendidik bagi masyarakat. Menurut saya, harus lebih banyak dibuatkan dan diposting konten informatif yang mendidik dalam setiap harinya.⁶¹

Dampak positif lain juga disampaikan oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang menerangkan:

Masyarakat merasakan tereduksi karena melalui konten pesan layanan ke masyarakat di akun @93fmsuaramadiun selalu dihimbau berhati-hati terhadap jenis kejahatan *online* itu karena modus terus berkembang dan bervariasi. Oleh karena itu, masyarakat juga dihimbau untuk saling mengingatkan, khususnya bagi kelompok

⁶⁰ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya",91.

⁶¹ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

rentan termasuk guru, ibu rumah tangga, dan anak muda agar tidak gampang terpengaruh oleh modus kejahatan melalui media sosial yang sedang masif terkait indak penipuan dan berita bohong yang dapat berdampak perpecahan bangsa.⁶²

6. Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.⁶³ Masyarakat sebagai sasaran informasi dari Pemerintah Kota Madiun memiliki respon yang positif terhadap konten yang disajikan melalui media sosial instagram di akun @93fmsuaramadiun. Hal ini seperti dinyatakan oleh Admin akun @93fmsuaramadiun dalam wawancaranya, yaitu:

Tiap konten yang diposting selalu banyak respon dari masyarakat, khususnya terkait informasi pelayanan dari pemerintah Kota Madiun. Kami selalu menyiapkan sebelumnya materi *feedback* yang perlu dijelaskan kepada masyarakat yang sumbernya dari kominfo atau pihak-pihak yang menjadi objek dari konten tersebut. Apabila komentar berupa kritik aatau saran, akan Kami catat sebagai masukan atau aspirasi perbaikan dari isi konten tersebut dan diteruskan kepada pemangku kepentingan dari isi konten tersebut.⁶⁴

Keterangan tersebut juga ditegaskan oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun:

Setiap respon dari masyarakat terkait informasi yang dipublikasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun selalu secara langsung dilaporkan kepada kami sebagai dewan pengawas yang diatur dalam Perda No 10 tahun 2018. Apabila terdapat pertanyaan sebagai bentuk komunikasi yang baik, kami selalu merespon jawaban

⁶² KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁶³ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya." 92.

⁶⁴ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

secepat dan setepat mungkin untuk membentuk jalinan komunikasi secara optimal dengan masyarakat.⁶⁵

Sebagai bentuk strategi komunikasi dari admin akun @93fmsuaramadiun terhadap tanggapan masyarakat di konten yang diposting, berupa bentuk interaksi yang produktif dan mendidik. Hal ini seperti dijelaskan kembali oleh Admin akun @93fmsuaramadiun:

Dalam interaksi di media sosial, pasti ada saja *follower* yang menanggapi berupa kritikan atau saran terkait isi dari informasi. Namun untuk respon negatif pada komunikasi admin akun @93fmsuaramadiun tidak pernah kami temukan. Hal ini sudah kami sudah persiapkan (sebagai strategi komunikasi kepada masyarakat) dengan selalu aktif *online* sebagai admin dan langsung menanggapi pertanyaan atau komentar dari tiap *followers* sesuai dengan standar operasional admin @93fmsuaramadiun yang telah ditetapkan. Jika ada *followers* yang berkomentar selalu kami berikan *feedback* berupa like pada komentar tersebut untuk memberikan atensi yang maksimal kepada *followers*.⁶⁶

7. Lingkungan

Unsur komunikasi ini terdiri dari sejumlah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi yang menjadi aspek utama yaitu lingkungan.⁶⁷ Faktor lingkungan juga menjadi pendukung dalam proses komunikasi Pemerintah dalam ruang publik untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui media sosial. Masyarakat Kota Madiun sudah sangat menguasai teknologi karena pemerintah secara intensif mengedukasi serta memberikan fasilitas kepada masyarakat dengan program internet secara gratis di seluruh wilayah Kota Madiun.

⁶⁵ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁶⁶ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁶⁷ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya."95.

Keterangan bahwa kemampuan pengguna media sosial instagram di lingkungan Kota Madiun sudah tinggi. Hal tersebut seperti digambarkan oleh Bapak Juandana sebagai masyarakat yang juga praktisi di bidang informasi dan komunikasi publik, yang menerangkan:

Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa perangkat handphone sekarang ini sudah sangat murah apalagi ditunjang dengan fasilitas internet gratis dari Pemerintah Kota Madiun, sudah dapat dipastikan upaya pemerintah dalam menjalankan strategi komunikasi dengan masyarakat dapat berjalan optimal. Jadi, menurut saya sebagai anggota masyarakat yang berdomisili di Kota Madiun merasa sangat terfasilitasi dan merasa terlindungi karena memiliki pemerintahan yang komunikatif dan mengayomi.

Berdasarkan keterangan tersebut dapat dijelaskan bahwa kondisi lingkungan yang diciptakan oleh Pemerintah Kota Madiun sangat mendukung strategi komunikasi yang dijalankan, karena dengan memfasilitasi masyarakat akan mendukung kemampuannya dalam mengelola diri dalam menyerap segala informasi publik khususnya yang disampaikan pemerintah Kota Madiun dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Madiun.

C. Pelaksanaan pengolahan informasi yang diperoleh oleh Diskominfo Kota Madiun untuk disebarkan melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

Akun instagram @93fmsuaramadiun dibuat tahun 2017 dan sekarang merupakan akun media sosial milik insitusi pemerintah Kota Madiun yang telah memiliki eksistensi cukup tinggi dengan jumlah 2,826 *followers*. Berdasarkan hasil wawancara dengan admin akun instagram @93fmsuaramadiun, menyatakan bahwa:

Akun @93fmsuaramadiun dibuat tahun 2017, namun saya mengelola sejak sekitar 5 tahun ini. Awal mengelola jumlah pengikut akun ini masih dibawah seribu namun sekarang sudah hampir tiga ribu (tepatnya 2,826 *followers*). Followers kami meningkat karena selain akun di instagram, kami juga tautkan dengan dengan akun @93fmsuaramadiun di *youtube* dan Facebook dengan nama LPPL Radio Suara Madiun. Apabila kita memposting konten di salah satu akun tersebut, akan dishare ke akun sosial media lainnya. Diharapkan dari cara tersebut dapat menjangkit banyak *followers* ⁶⁸.

Setiap materi dan tema yang diposting di akun @93fmsuaramadiun merupakan konten resmi dari pesan layanan informasi publik dari pemerintah Kota Madiun. Keterangan ini dijelaskan admin akun instagram @93fmsuaramadiun:

Ide dan materi yang berkaitan dengan informasi pelayanan masyarakat pemerintah Kota Madiun selalu dari Dinas Kominfo. Bahan tersebut bisa berupa media yang sudah siap untuk diposting atau bahan yang masih perlu diedit agar sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Jika konten yang akan diposting berisi informasi secara umum atau berupa hasil menggali fenomena trending di lingkungan wilayah Kota Madiun, kami memiliki wewenang sendiri untuk mengelolanya dengan melalui pertimbangan prosedur pengelolaan informasi publik dibawah Dinas Kominfo yang telah ditetapkan sesuai wewenang sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal Kota Madiun pada Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Madiun dan perubahannya di Perda No. 10 tahun 2018. Sebagaimana dalam pasal 71 Perda No. 10 tahun 2018 yang mengatur bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang melaksanakan pengelolaan operasional, fungsi pengawasan dan fungsi direksi. ⁶⁹

Keterangan terkait prosedur dalam pengelolaan konten-konten di semua akun media tersebut juga lebih dikuatkan dengan penjelasan dari Kepala

⁶⁸ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.

⁶⁹ *Ibid*

Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo

Kota Madiun:

Pedoman yang digunakan telah diatur dalam Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi Dan Dokumentasi Kementerian Dalam Negeri Dan Pemerintahan Daerah. Dalam Permendagri tersebut mengatur tentang wadah komunikasi, koordinasi, konsolidasi, pembinaan, dan pengawasan PPID pada level Pemerintah Provinsi dan PPID Pemerintah Kota. Peraturan itu bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi dan dokumentasi di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah untuk menghasilkan layanan informasi dan dokumentasi yang berkualitas.⁷⁰

Untuk tahapan dalam mendapatkan materi, mengelola dan memproduksi media hingga mempublikasinya, admin dari akun Instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan perintah, ide dan materi dari Dinas Kominfo Kota Madiun kemudian berkoordinasi dengan tim produksi untuk menentukan skenario dan desain tampilan media yang akan dibuat. Sebagaimana telah diterangkan oleh admin akun Instagram @93fmsuaramadiun dan Kepada Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Kota Madiun. Pada keterangan lain juga dijelaskan oleh Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait dengan tata cara dan menentukan muatan materi konten yang dipublikasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun:

⁷⁰ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.

Kiat dalam menggunakan media sosial untuk layanan informasi kepada masyarakat dengan selalu aktif menyimak. Harus secara efektif terhubung dengan komunitas online, harus mendedikasikan waktunya setiap hari untuk memantau apa yang diposting/*dishare* di media sosial. Untuk membantu mengelola *platform* media sosial, bisa dengan menggunakan alat web seperti Hootsuite dan SproutSocial yang akan memberi peringatan ketika seseorang memposting sesuatu di Instagram atau media sosial lainnya. Selain itu, yang terpenting adalah respon yang cepat. Secara umum, keluhan atau tanggapan dari masyarakat harus ditangani secepatnya, tetapi ketika masyarakat memberi tanggapan di media sosial, hal ini harus disikapi dengan segera. Hal lain yang diperlukan dalam membangun interaksi yang positif yaitu dengan selalu menyampaikan kata maaf dengan tulus jika terdapat kesalahan atau bahkan memberikan tanggapan berupa jawaban yang berpotensi tertunda, semisalkan karena terkait kebijakan dari Pemerintah Kota Madiun yang harus dikonfirmasi terlebih dahulu. Meskipun ada alasan kuat dari sisi akun, jangan membela diri atau menyangkalnya. Selalu menggunakan cara bicara formal yang biasa dilakukan dan sampaikan permohonan maaf secara personal.

Dukungan dari organisasi terutama yang mendukung perubahan pola komunikasi dan budaya organisasi yang sesuai dengan karakteristik dunia maya terutama di media sosial yang lebih terbuka dan fleksibel. Media sosial Instansi Pemerintah harus dapat memberikan respon lebih cepat daripada layanan *offline*, apalagi saat ini banyak pengguna lebih kritis terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Instansi Pemerintah.⁷¹

Beliau juga menambahkan dengan penekanan isi konten yang dipublikasi harus mengarah kepada edukasi kepada masyarakat, baik terkait pengetahuan umum hingga sosialisasi program-program kegiatan dari pemerintah dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penjelasan tersebut disampaikan oleh Kasub

⁷¹ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.

Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun, sebagai berikut:

Dalam mengelola media sosial, Instansi Pemerintah harus memiliki prinsip dan etika yang berbeda dengan pengelolaan media sosial untuk pribadi. Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 mengatur beberapa prinsip dan etika yang perlu diperhatikan oleh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah, yaitu kredibel, yakni menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan. Berintegritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika. Selalu profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya. Selalu *responsif*, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat. Berterintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (*online*) maupun yang tidak berbasis internet (*offline*). Prinsip keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan pribadi.⁷²

Pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan *follower*, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial yang mendidik. Telah diberikan pelatihan kepada seluruh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah yang diberikan tugas mengurus media sosial. Berdasarkan keterangan dari para narasumber, dapat diterangkan bahwa setiap materi dan tema yang diposting di akun @93fmsuaramadiun merupakan konten resmi dari pesan layanan informasi publik dari pemerintah Kota Madiun.

Untuk tahapan dalam mendapatkan materi, mengelola dan memproduksi media hingga mempublikasinya, admin dari akun Instagram @93fmsuaramadiun

⁷² Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun.

mendapatkan perintah, ide dan materi dari Dinas Kominfo Kota Madiun kemudian berkoordinasi dengan tim produksi untuk menentukan skenario dan desain tampilan media yang akan dibuat. Sebagaimana telah diterangkan oleh admin akun instagram @93fmsuaramadiun dan Kepada Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Kota Madiun.

Pada keterangan lain juga dijelaskan oleh Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait dengan tata cara dan menentukan muatan materi konten yang dipublikasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun. Terdapat prinsip yang harus ditekankan yaitu isi konten yang dipublikasi harus mengarah kepada *edukasi* kepada masyarakat, baik terkait pengetahuan umum hingga sosialisasi program-program kegiatan dari pemerintah dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

D. Evaluasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun terhadap efektivitas penyampaian informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun menerangkan bahwa:

Dengan dukungan kemudahan-kemudahan yang ada di *platform* media sosial Instagram, diharapkan dapat menjadi representasi negara dan instansi dalam menyajikan layanan kepada masyarakat menjadi lebih baik. Pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan *follower*, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial. Perlu diberikan pelatihan kepada pengelola media sosial di Instansi Pemerintah Kota Madiun yang diberikan tugas mengurus media sosial.⁷³

⁷³ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Oleh karena hal tersebut perlu strategi pengelolaan yang dijelaskannya lagi yaitu:

Pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus terus menjaga etika yaitu menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah. Menghormati kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat. Selalu menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan di jaringan media sosial. Selalu melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.⁷⁴

Terkait strategi tersebut, Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun menambahkan penjelasan:

Setiap respon dari masyarakat terkait informasi yang dipublikasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun selalu secara langsung dilaporkan kepada kami sebagai dewan pengawas yang diatur dalam Perda No 10 tahun 2018. Apabila terdapat pertanyaan sebagai bentuk komunikasi yang baik, kami selalu merespon jawaban secepat dan setepat mungkin untuk membentuk jalinan komunikasi secara optimal dengan masyarakat.⁷⁵

Melalui hasil wawancara bersama tokoh masyarakat Kota Madiun yang juga seorang praktisi dalam bidang Informasi dan Komunikasi, Bapak Juandana K.P., M.IKom. menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan teknologi, misi pemerintah sebagai lembaga pelayanan kepada masyarakat sangat dimudahkan dalam penyampaian informasi:

Di jaman sekarang menggunakan instagram untuk menyampaikan pesan dari Pemerintah kepada masyarakat saya merasa sangat efektif, mas. Karena sudah dapat dipastikan bahwa mayoritas masyarakat memiliki akun media sosial, tinggal bagaimana caranya supaya akun

⁷⁴ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun.

⁷⁵ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

instagram @93fmsuaramadiun dapat diketahui oleh seluruh masyarakat Kota Madiun. Misalkan dengan membagikan akun itu di media sosial lainnya yang lebih banyak digunakan masyarakat, contohnya *facebook* dan *youtube*.⁷⁶

Ditambahkan pula saran strategi peningkatannya:

Menurut saya, harus lebih banyak dibuatkan dan diposting konten informatif yang mendidik dalam setiap harinya. Mungkin harus membentuk tim-tim produksi konten lebih banyak untuk dapat memproduksi konten lebih dari banyak setiap harinya.⁷⁷

Berdasarkan hasil paparan keterangan dari para narasumber di lapangan dapat dijelaskan bahwa faktor pendukung dan penghambat Diskominfo Kota Madiun dalam menyampaikan informasi melalui instagram yaitu untuk faktor pendukung tersebut diantaranya tersedianya anggaran dan sarana pendukung operasional media sosial Instagram. Faktor penghambat yang ditemukan oleh peneliti yaitu, kurangnya sumber daya manusia maka perlu ditambahkan tim-tim produksi yang memiliki bagian materi atau tema konten sendiri-sendiri sehingga diharapkan dapat memproduksi konten yang lebih banyak dan bervariasi setiap harinya. Hambatan lain yaitu penggunaan media sosial kurang tersistem melalui strategi berbasis bisnis agar dapat optimal dan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat melalui jejaring media sosial selain instagram.

⁷⁶ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁷⁷ *Ibid*

BAB IV

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO KOTA MADIUN DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI AKUN INSTAGRAM @93FMSUARAMADIUN

A. Perencanaan yang Dilakukan Diskominfo Kota Madiun Untuk Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

Diskominfo kota madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun dipaparkan sesuai dengan tujuh elemen strategi komunikasi, yaitu:

1. Sumber atau komunikator (*source*)

Komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah *sender*, *encoder*, *source*, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.⁷⁸ Dalam strategi komunikasi dari pemerintah Kota Madiun untuk penyampaian informasi kepada masyarakat Kota Madiun dalam objek penelitian ini yang bertindak sebagai komunikator yaitu akun instagram @93fmsuaramadiun. Sebagai komunikator, akun instagram @93fmsuaramadiun telah menjalankan tugas secara baik dengan selalu mendapatkan respon positif dari *followers*, sebagaimana disampaikan admin akun instagram @93fmsuaramadiun menjelaskan bahwa admin akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki wewenang untuk mengelolanya dengan melalui pertimbangan prosedur

⁷⁸ Abdullah and Yetty, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori DanPraktik*.

pengelolaan informasi publik dibawah Dinas Kominfo yang telah ditetapkan sesuai wewenang sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal Kota Madiun pada Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Madiun dan perubahannya di Perda No. 10 tahun 2018. Sebagaimana dalam pasal 71 Perda No. 10 tahun 2018, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang berwenang melaksanakan pengelolaan operasional, fungsi pengawasan dan fungsi direksi.⁷⁹

Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun, menjelaskan terkait operasional akun Instagram @93fmsuaramadiun sebagai komunikator bahwa redaksi harus terlebih dahulu memilah informasi yang dibutuhkan menjadi poin terpenting saat mempublikasi informasi di sosial media, yaitu bagaimana memberikan *caption* dan komentar serta bagaimana menanggapi *followers* @93fmsuaramadiun di sosial media, penggunaan kata yang sopan dan formal, tidak menyinggung pihak *followers* akan memberikan ketenangan saat menggunakannya.⁸⁰

Dijelaskan pula oleh Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait prosedur komunikator dalam penyampian informasi kepada publik, bahwa dalam mengelola media sosial, sebagai insitusi milik pemerintah, akun

⁷⁹ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁸⁰ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

@93fmsuaramadiun harus memiliki prinsip dan etika yang berbeda dengan pengelolaan media sosial untuk pribadi.

Berdasarkan hasil paparan data sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa admin akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai Komunikator telah menjalankan tugas sebagai pengelola salah satu media komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Madiun dengan baik. Respon penilaian yang positif serta hasil evaluasi dari Dina Kominfo Kota Madiun sebagai Dewan Pengawas telah dapat menjelaskan bahwa kinerja komunikator telah berjalan optimal, meskipun masih diperlukan peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi dan tren sosial media kedepannya.

2. Pesan (*message*)

Menurut Hafied Cangara, Pesan dalam proses komunikasi, dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat.⁸¹ Isi pesan yang disampaikan Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun mengedepankan prinsip informatif serta menguatkan isi melalui materi yang edukatif. Hal tersebut seperti diterangkan oleh Admin akun @93fmsuaramadiun, bahwa terdapat prinsip utama dalam literasi digital yaitu pemahaman di mana masyarakat memiliki kemampuan untuk memahami informasi yang tersaji di internet

⁸¹ Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*.89

sebagai media komunikasi, baik secara implisit ataupun eksplisit. Tingkat pemahaman atau daya tangkap masyarakat terhadap informasi yang disajikan dapat diukur dari respon terhadap isi substansi dari konten yang kami publikasikan.⁸²

Dijelaskan pula oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang menerangkan dalam menentukan tema konten yang dibutuhkan dalam cara menyampaikan informasi kepada masyarakat yang tepat. Redaksi harus terlebih dahulu memilah informasi yang kita butuhkan menjadi point terpenting saat mempublikasi informasi di sosial media. Karena jika seseorang sudah mengetahui apa saja informasi yang ia butuhkan, ia akan lebih sadar dan tahu arah saat menggunakannya. Juga perlu diperhatikan dalam menggunakan pilihan kata yang tepat saat akan menggugah dan berkomentar di instagram. Perlu mengelola isi informasi dengan baik agar dapat optimal untuk menyampaikan informasi program pemerintah kepada masyarakat. misalkan konten harus dikemas dengan baik melalui penyusunan agenda setting dan dapat digunakan untuk menghindari kesalahan penerimaan informasi oleh masyarakat.⁸³

Terkait isi informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui akun @93fmsuaramadiun, memiliki isi materi yang telah memenuhi keinginan masyarakat, yaitu pesan yang jelas, berbobot dan mendidik. Hal

⁸² Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁸³ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

ini seperti disampaikan salah satu tokoh masyarakat Kota Madiun, bahwa isi konten yang diposting memiliki kualitas yang bagus karena dibuat oleh ahli yang profesional. Setiap tema di video atau gambar yang diposting berisi informasi yang bermanfaat untuk masyarakat. Namun perlu ditingkatkan frekuensi produksi konten dan mempublikasinya dalam setiap harinya.⁸⁴

Berdasarkan paparan data sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa isi konten-konten sebagai penyampai pesan informasi dari Pemerintah Kota Madiun kepada Masyarakat telah diproduksi dan disampaikan dengan baik. Sebagai saran untuk perbaikan kedepannya, masih diperlukan peningkatan kuantitas produksi konten-konten sehingga dapat memposting yang lebih banyak dalam setiap harinya. Hal ini dapat dijalankan dengan menambahkan tim produksi konten dengan mengkategorikan berdasarkan materi kepada setiap tim yang memproduksi, sehingga diharapkan akun instagram @93fmsuaramadiun dapat lebih produktif.

3. Saluran atau media (*channel*)

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara

⁸⁴ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

penyampaian pesan komunikasi.⁸⁵ Akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai media komunikasi publik penyampai informasi dari Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat sudah dapat dinilai sangat baik dan tepat dalam penggunaannya. Akun instagram @93fmsuaramadiun merupakan salah satu media informasi Pemerintah Kota Madiun yang bertugas pokok untuk menyampaikan pesan-pesan layanan dari pemerintah.

Sebagai media yang informatif, akun instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan respon dari masyarakat yang positif, sebagaimana diterangkan Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun bahwa strategi komunikasi yang diterapkan yaitu pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan *follower*, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial yang mendidik. Telah diberikan pelatihan kepada seluruh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah yang diberikan tugas mengurus media sosial. Pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus terus menjaga etika yaitu menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah. Menghormati kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat. Selalu menghargai, menghormati, dan

⁸⁵ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasanannya."

membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan di jaringan media sosial. Selalu melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Setiap *feedback* dari postingan yang dibagikan di media sosial harus mudah dipahami agar mendapat perhatian dan respon dari *follower*. Media sosial mempermudah Instansi Pemerintah Kota Madiun menyebarkan informasi, dengan tetap memperhatikan prinsip dan etika organisasi.⁸⁶

Akun instagram @93fmsuaramadiun juga telah mendapatkan respon dari masyarakat yang positif yaitu sebagai media yang informatif karena telah menerapkan strategi komunikasi dengan baik sebagai media penyampai pesan Pemerintah Kota Madiun kepada Masyarakat. Strategi yang digunakan yaitu dengan memiliki standar kemampuan berkomunikasi kepada publik secara interaktif, memiliki kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial yang mendidik, serta menjaga kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat.

4. Penerima atau komunikan (*receiver*)

Komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya

⁸⁶ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

perubahan baik dari komunikator, pesan, atau media.⁸⁷ Sasaran dari penyampaian pesan Pemerintah Kota Madiun yaitu seluruh masyarakat Kota Madiun. Sebagai sasaran informasi, masyarakat Kota Madiun sebagian banyak telah menggunakan media sosial khususnya Instagram. Tren penggunaan media sosial instagram yang berkembang sekarang ini menuntut para pembuat konten khususnya pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus dapat menarik perhatian masyarakat Kota Madiun sebagai *followers*-nya agar dapat menyampaikan pesan secara optimal.

Dijelaskan oleh seorang anggota Masyarakat Kota Madiun sebagai *follower* dari akun @93fmsuaramadiun dalam wawancara, bahwa akun Instagram @93fmsuaramadiun sudah diikuti mayoritas masyarakat Kota Madiun. Karena setiap konten yang diposting juga banyak yang tertaut (*tagged*) dengan akun instagram institusi negeri yang lain, contohnya akun milik sekolah-sekolah negeri dan swasta serta akun-akun milik pemerintah di level kelurahan dan dinas-dinas. Banyak akun pribadi yang mentautkan akun @93fmsuaramadiun, sehingga juga sudah banyak masyarakat Kota Madiun yang mengikuti akun @93fmsuaramadiun. Akun instagram @93fmsuaramadiun merupakan pengembangan teknologi dari radio Suara Madiun yang merupakan milik Pemerintah Kota Madiun. Melalui teknologi sosial media, maka akun @93fmsuaramadiun dapat lebih komunikatif dari pada menggunakan media radio yang telah banyak

⁸⁷ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasanannya."

ditinggalkan masyarakat, karena dengan media sosial masyarakat secara langsung dapat berkomunikasi dengan lebih baik. Ukuran tingkat respon masyarakat terhadap akun @93fmsuaramadiun dapat dilihat dari jumlah *followers*-nya yang sudah banyak dan banyak yang komentar positif di tiap konten yang diposting. Akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.⁸⁸

Berdasarkan paparan data sebelumnya dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang menjadi *followers* akun instagram @93fmsuaramadiun sebagai komunikan atau penerima pesan informasi telah menerima dengan baik isi konten yang disajikan. Namun dalam operasionalnya masih ditemukan kendala yang dirasakan secara umum justru dari pihak masyarakat yang lebih menyukai akun-akun yang menyajikan hiburan daripada akun resmi pemerintah yang menyajikan pesan-pesan layanan masyarakat.

5. Akibat atau pengaruh (*effect*)

Pengaruh yang dimaksud yaitu perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap,

⁸⁸ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu, effect dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.⁸⁹ Pengaruh dari pesan-pesan informasi Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat melalui media sosial instagram dengan akun @93fmsuaramadiun telah dirasakan secara positif. Hal ini diterangkan oleh Bapak Juandana sebagai masyarakat yang juga praktisi di bidang informasi dan komunikasi publik, yang menerangkan bahwa akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial milik pemerintah harus lebih aktif lagi dalam mendidik masyarakat supaya dapat meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan budaya Kota Madiun. Selama ini tema-tema yang diposting sudah bagus, berisi informasi berita umum, kegiatan insitusi pemerintahan dan yang sekarang sedang aktif dalam menyambut bulan Ramadhan setiap hari memposting konten Tausiah/Dakwah yang sangat mendidik bagi masyarakat. Menurutnya, harus lebih banyak dibuatkan dan diposting konten informatif yang mendidik dalam setiap harinya.⁹⁰

⁸⁹ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasan"96.

⁹⁰ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

Dampak positif lain juga disampaikan oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang menerangkan bahwa masyarakat merasakan tereduksi karena melalui konten pesan layanan ke masyarakat di akun @93fmsuaramadiun selalu dihimbau berhati-hati terhadap jenis kejahatan *online* itu karena modus terus berkembang dan bervariasi.⁹¹

6. Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.⁹² Masyarakat sebagai sasaran informasi dari Pemerintah Kota Madiun memiliki respon yang positif terhadap konten yang disajikan melalui media sosial instagram di akun @93fmsuaramadiun. Hal ini seperti dinyatakan oleh Admin akun @93fmsuaramadiun dalam wawancaranya, yang menjelaskan bahwa tiap konten yang diposting selalu banyak respon dari masyarakat, khususnya terkait informasi pelayanan dari pemerintah Kota Madiun.⁹³

Keterangan tersebut juga ditegaskan pula oleh Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang menerangkan bahwa setiap respon dari masyarakat terkait informasi yang dipublikasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun selalu secara langsung dilaporkan kepada

⁹¹ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁹² Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasan.".

⁹³ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

tim pengawas di Dinas Kominfo Kota Madiun. Apabila terdapat pertanyaan sebagai bentuk komunikasi yang baik, segera direspon dengan jawaban untuk membentuk jalinan komunikasi secara optimal dengan masyarakat.⁹⁴

Sebagai bentuk strategi komunikasi dari admin akun @93fmsuaramadiun terhadap tanggapan masyarakat di konten yang diposting, berupa bentuk interaksi yang produktif dan mendidik. Dalam interaksi di media sosial, sudah dapat dipastikan terdapat *follower* yang menanggapinya berupa kritikan atau saran terkait isi dari informasi. Namun tidak pernah ditemukan respon negatif pada komunikasi dengan admin akun @93fmsuaramadiun baik melalui kolom komentar atau pesan.⁹⁵

7. Lingkungan

Unsur komunikasi ini terdiri dari sejumlah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi yang menjadi aspek utama yaitu lingkungan.⁹⁶ Faktor lingkungan juga menjadi pendukung dalam proses komunikasi Pemerintah dalam ruang publik untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui media sosial. Masyarakat Kota Madiun sudah sangat menguasai teknologi karena pemerintah secara intensif mengedukasi serta memberikan fasilitas kepada masyarakat dengan program internet secara gratis di seluruh wilayah Kota Madiun.

⁹⁴ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁹⁵ Admin akun @93fmsuaramadiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

⁹⁶ Putri, "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya."

Keterangan bahwa kemampuan pengguna media sosial instagram di lingkungan Kota Madiun sudah tinggi. Hal tersebut seperti digambarkan oleh Bapak Juandana sebagai masyarakat yang juga praktisi di bidang informasi dan komunikasi publik, yang menerangkan bahwa dengan mudahnya perangkat handphone sekarang ini serta fasilitas internet gratis dari Pemerintah Kota Madiun, sudah dapat dipastikan upaya pemerintah dalam menjalankan strategi komunikasi dengan masyarakat dapat berjalan optimal.

Berdasarkan paparan data sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kondisi lingkungan yang diciptakan oleh Pemerintah Kota Madiun sangat mendukung strategi komunikasi yang dijalankan, karena dengan memfasilitasi masyarakat akan mendukung kemampuannya dalam mengelola diri dalam menyerap segala informasi publik khususnya yang disampaikan pemerintah Kota Madiun dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Madiun.

B. Proses Pelaksanaan Pengolahan Informasi yang Diperoleh Oleh Diskominfo Kota Madiun Untuk Disebarkan Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun

Admin akun instagram @93fmsuaramadiun menerangkan bahwa akun tersebut dibuat tahun 2017 dan sekarang merupakan salah satu akun media sosial milik insitusi pemerintah Kota Madiun yang telah memiliki eksistensi cukup tinggi dengan jumlah 2,826 *followers*. Setiap materi dan tema yang diposting di akun @93fmsuaramadiun merupakan konten resmi

dari pesan layanan informasi publik dari pemerintah Kota Madiun. tahapan dalam mendapatkan materi, mengelola dan memproduksi media hingga mempublikasinya, admin dari akun instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan perintah, ide dan materi dari Dinas Kominfo Kota Madiun kemudian berkoordinasi dengan tim produksi untuk menentukan skenario dan desain tampilan media yang akan dibuat. Penekanan isi konten yang dipublikasi harus mengarah kepada edukasi kepada masyarakat, baik terkait pengetahuan umum hingga sosialisasi program-program kegiatan dari pemerintah dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Akun Instagram @93fmsuaramadiun tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi saja, tetapi juga sebagai platform interaktif Dimana Masyarakat dapat memberikan tanggapan dan pertanyaan terkait konten yang dipublikasikan. Hal ini memberikan kesempatan bagi pemerintah untuk mendengarkan langsung masukan dari Masyarakat dan menanggapi kebutuhan mereka secara lebih efektif. Secara keseluruhan, akun ini memainkan peran penting dalam upaya pemerintah Kota Madiun untuk menyebarluaskan informasi, meningkatkan keterlibatan public, dan mendukung program-program Pembangunan yang bertujuan untuk kesejahteraan Masyarakat.

Tahapan dalam mendapatkan materi, mengelola dan memproduksi media hingga mempublikasinya, admin dari akun instagram @93fmsuaramadiun mendapatkan perintah, ide dan materi dari Dinas

Kominfo Kota Madiun kemudian berkoordinasi dengan tim produksi untuk menentukan skenario dan desain tampilan media yang akan dibuat. Sebagaimana telah diterangkan oleh admin akun instagram @93fmsuaramadiun dan Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Kota Madiun. Penjelasan lain juga dijelaskan oleh Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait dengan tata cara dan menentukan muatan materi konten yang dipublikasi melalui akun instagram @93fmsuaramadiun. Terdapat prinsip yang harus ditekankan yaitu isi konten yang dipublikasi harus mengarah kepada edukasi kepada masyarakat, baik terkait pengetahuan umum hingga sosialisasi program-program kegiatan dari pemerintah dalam upaya pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya edukasi dalam konten publikasi terletak pada kemampuannya untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman Masyarakat tentang berbagai isu penting. Selain itu, publikasi juga memiliki peran penting dalam sosialisasi program pemerintah. Untuk memastikan program-program ini tercapai, Masyarakat perlu diberi tahu tentang adanya program tersebut, dan manfaat yang dapat diperoleh. Tanpa informasi yang jelas, program tersebut mungkin tidak dapat diterima secara maksimal oleh Masyarakat. Konten yang mendidik juga berperan penting dalam mempromosikan partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan. Pentingnya prinsip ini tidak hanya terletak pada

penyampaian informasi, tetapi juga pada cara informasi tersebut disajikan. Konten harus disajikan dengan cara yang mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan.

Proses pengolahan informasi berakhir dengan evaluasi dan perbaikan. Diskominfo mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan metrik yang diperoleh dari monitoring. Evaluasi ini meliputi analisis dampak, keterlibatan audiens, dan pencapaian tujuan komunikasi. Hasil evaluasi digunakan untuk membuat perbaikan dan penyesuaian dalam strategi konten di masa depan. Setelah konten disebarluaskan, Diskominfo secara sistematis mengevaluasi dampak dari konten tersebut. Evaluasi dimulai dengan analisis dampak konten terhadap informan. Selanjutnya, pencapaian tujuan komunikasi menjadi fokus utama dalam evaluasi. Diskominfo menetapkan tujuan untuk setiap konten yang dipublikasikan, seperti meningkatkan kesadaran tentang program pemerintah, mengedukasi Masyarakat mengenai isu tertentu, atau mempromosikan partisipasi public dalam kegiatan pemerintah. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk merancang perbaikan konten berikutnya. Diskominfo juga akan melakukan identifikasi terhadap penyebabnya, serta penyampaian pesan yang kurang jelas, pemilihan media yang kurang tepat. Proses evaluasi dan perbaikan yang berkelanjutan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan memastikan bahwa konten yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasi

Masyarakat serta mendukung tujuan-tujuan komunikasi pemerintah lebih baik lagi.

Dengan melalui rangkaian proses tersebut, Diskominfo Kota Madiun memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun tidak hanya akurat dan relevan tetapi juga disajikan dengan cara yang menarik dan mudah diakses oleh publik. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi, keterlibatan masyarakat, dan efektivitas komunikasi publik yang lebih baik.

C. Evaluasi Diskominfo Kota Madiun terhadap efektivitas penyampaian informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun menerangkan bahwa dengan dukungan kemudahan-kemudahan yang ada di *platform* media sosial Instagram, dapat menjadi faktor pendukung sehingga memudahkan representasi negara dan instansi dalam menyajikan layanan kepada masyarakat menjadi lebih baik. Faktor pendukung lain yaitu pengelola media sosial telah memiliki kemampuan operasional yang baik, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan *follower*, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial.⁹⁷

Pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus terus menjaga etika yaitu menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, memiliki

⁹⁷ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah. Menghormati kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat. Selalu menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan di jaringan media sosial. Selalu melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.⁹⁸

Setiap respon dari masyarakat terkait informasi yang dipublikasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun selalu secara langsung dilaporkan kepada kami sebagai dewan pengawas yang diatur dalam Perda No 10 tahun 2018. Apabila terdapat pertanyaan sebagai bentuk komunikasi yang baik, kami selalu merespon jawaban secepat dan setepat mungkin untuk membentuk jalinan komunikasi secara optimal dengan masyarakat.⁹⁹

Menurut tokoh masyarakat Kota Madiun yang juga seorang praktisi dalam bidang Informasi dan Komunikasi, Bapak Juandana K.P., M.IKom. menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan teknologi, misi pemerintah sebagai lembaga pelayanan kepada masyarakat sangat dimudahkan dalam penyampaian informasi. Penggunaan instagram untuk menyampaikan pesan dari Pemerintah kepada masyarakat saya merasa sangat efektif. Karena sudah dapat dipastikan bahwa mayoritas masyarakat memiliki

⁹⁸ Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun.

⁹⁹ KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

akun media sosial, tinggal bagaimana caranya supaya akun instagram @93fmsuaramadiun dapat diketahui oleh seluruh masyarakat Kota Madiun. Harus lebih banyak dibuatkan dan diposting konten informatif yang mendidik dalam setiap harinya. Mungkin harus membentuk tim-tim produksi konten lebih banyak untuk dapat memproduksi konten lebih dari banyak setiap harinya.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil paparan data sebelumnya maka disimpulkan bahwa faktor pendukung dan penghambat Diskominfo Kota Madiun dalam menyampaikan informasi melalui instagram yaitu untuk faktor pendukung tersebut diantaranya keterjangkauan perangkat handpone bagi masyarakat, fasilitas internet gratis dari pemerintah dan tersedianya alokasi anggaran dan sarana pendukung operasional media sosial Instagram yang memadai dari Pemerintah Kota Madiun. Faktor penghambat yang ditemukan oleh peneliti yaitu, kurangnya sumber daya manusia maka perlu ditambahkan tim-tim produksi yang memiliki bagian materi atau tema konten sendiri-sendiri sehingga diharapkan dapat memproduksi konten yang lebih banyak dan bervariasi setiap harinya. Hambatan lain yaitu penggunaan media sosial kurang tersistem melalui strategi berbasis bisnis agar dapat optimal dan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat melalui jejaring media sosial selain instagram.

¹⁰⁰ Juandana, Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul “**Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Madiun Dalam Menyebarkan Informasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun**”, adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan menjadi langkah pertama yang sangat penting bagi Diskominfo Kota Madiun. Diskominfo Kota Madiun telah merencanakan dengan cermat tujuan dan target untuk memastikan efektivitas komunikasi mereka. Mereka telah melakukan analisis untuk memahami kebutuhan masyarakat Kota Madiun, serta menerapkan strategi konten yang relevan dan menarik.
2. Pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun ini dilakukan melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun. Mereka secara konsisten menyebarkan informasi terkini seputar program, kegiatan dan kebijakan Kota Madiun. Pelaksanaan ini mencakup produksi konten berkualitas, penggunaan gambar dan teks yang menarik, serta interaksi yang responsive dengan pengikut.
3. Diskominfo Kota Madiun melakukan evaluasi secara teratur terhadap kinerja akun Instagram mereka. Mereka mungkin memantau jumlah pengikut, Tingkat keterlibatan (seperti jumlah like, komentar, dan bagikan), serta dampak dari informasi yang di sebarakan terhadap

pemahaman dan partisipasi masyarakat. Evaluasi ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi komunikasi mereka sesuai dengan respon dan tren yang diamati.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang dipaparkan diatas, maka dapat disarankan untuk institusi dan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Saran Untuk Instansi

Hasil penelitian menemukan faktor hambatan dalam produktifitas konten pada keterbatasan tim produksi, maka dapat disarankan untuk menambahkan tim baru yang dikelompokkan berdasarkan materi konten sehingga diharapkan dapat lebih banyak menghasilkan konten bervariasi yang diposting setiap hari.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dijalankan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana analisis berdasarkan paparan data yang didapatkan dari subyektifitas narasumber pada pemangku kepentingan dalam strategi komunikasi Pemerintah Kota Madiun kepada masyarakat melalui akun instagram @93fmsuaramadiun saja, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menguji efektivitas strategi komunikasi publik dari Pemerintah Kota Madiun dengan pendekatan kuantitatif sehingga diharapkan hasil penelitian dapat lebih obyektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Yudi, and Oktarina Yetty. *Komunikasi Dalam Perspektif Teori DanPraktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Admin akun @93fmsuaramadiun. Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.
- Ahmadi, Abu. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- Brannen, Julian. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah IAI Antasari Samarinda, 1999.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada, 2018.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Diskominfo Kota Madiun. "Data Pejabat Struktural Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023. <https://kominfo.madiunkota.go.id/struktur-organisasi/>.
- . "Profil Sekilas Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023. <https://kominfo.madiunkota.go.id/profil/>.
- . "Tupoksi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023. <https://kominfo.madiunkota.go.id/tupoksi/>.
- . "Visi Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Madiun," 2023. <https://kominfo.madiunkota.go.id/visi-misi/>.
- Fatwa, Muh. Adrian, Abd Majid, and Andi Muttaqin. "Strategi Pengembangan Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Maros Dalam Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat." *RESPON: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2022). <https://doi.org/doi.org/10.33096/respon.v3i2.128>.
- Giara, Thifal Herza. "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Payakumbuh Dalam Mempublikasikan Informasi Melalui Instagram." IPB, 2021.
- Gumilang, Galang Surya. "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling." *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016): 144–59.

- Halilintar, M. Aulia Pananrangi. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makassar Sebagai Alat Komunikasi Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Kota Makassar." *Jurnal Publikasi Ilmiah-IPDN*, 2022.
- Hiro, Tugiman. *Pengantar Audit Sistem Informasi*. Yogyakarta: Kanisius, 2016.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Juandana, K.P. Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.
- KaBid PIKP Kominfo Kota Madiun. Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.
- Kasub KPKP Kominfo Kota Madiun. Hasil Wawancara Strategi Komunikasi Melalui Akun Instagram @93fmsuaramadiun, 2024.
- Koswara, E. *Dinamika Informasi Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Marketeers Newsletter. "Empat Pilar Strategi Media Sosial," 2013. <https://www.marketeers.com/empat-pilar-strategi-media-sosial/>.
- Nasyroh, Fitri Alam. "Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo." IAIN, 2020.
- Pace, Wayne R, and Don F Faules. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Yogyakarta: LKIS, 2017.
- Putri, Vanya K. M. "7 Unsur Komunikasi Beserta Penjelasannya," 2021. <https://www.kompas.com/>.
- Raco. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Ramadhani, Aditya Prasanda. "Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon Dalam Memberikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon." Universitas Muhammadiyah, 2022.
- Rania, Ratu, and Anisa Diniati. "Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @Kominfobogor." *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)* 6, no. 1 (2023). <https://doi.org/doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.4539>.
- Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2017.

- Saputra, Akdim Heru. "Efektivitas Diskominfo Dalam Memberikan Layanan Informasi Melalui Media Instagram Terhadap Masyarakat Kota Pangkalpinang." *Jurnal Publikasi Ilmiah-IPDN*, 2022.
- Simanjuntak, John P. *Public Relations Dilengkapi 7 Kasus Dan Alamat-Alamat Situs Web Penting Bagi Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sonida, Lensa Khoirul Jannah. "Strategi Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kudus Dalam Penanganan Covid-19." Universitas Islam Indonesia, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumarto, Hetifah Sj. *Inovasi, Partisipasi, Dan Good Governance 20 Prakarsa Inovatif Dan Partisipatif Di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009.
- Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Syafiie, Inu kencana. *Ilmu Pemerintahan*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2017.
- Tamelan, Arisa. "Strategi Komunikasi Diskominfo Kabupaten Malang Dalam Menyampaikan Informasi Mengenai Covid-19 Melalui Instagram." Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2021.
- Uchjana, Onong Effendy. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2013.
- Wardhana, Adhitya Artha. "Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Studi Di PPID Dinas Kominfo Kota Madiun)." IAIN, 2020.
- Wibawa, Samodra. *Evaluasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

A. Dokumentasi Foto Wawancara dengan Admin akun @93fmsuaramadiun



B. Draft Wawancara

1. Admin Instagram @93fmsuaramadiun

- a. Saat mulai mengelola akun @93fmsuaramadiun, berapa jumlah followersnya saat itu dan berapa jumlah saat ini?
- b. Bagaimana alur dari pengelolaan pesan/berita sampai akhirnya pesan/berita tersebut diunggah di instagram ?
- c. Apakah sebagai admin, selalu memberikan tanggapan terhadap opini (berupa pertanyaan/kritik/saran) yang masuk dari masyarakat?
- d. Kalau ada komentar (berupa pertanyaan/kritik/saran) dari masyarakat yang ada di Instagram @93fmsuaramadiun, apakah selalu disampaikan kepada atasan?
- e. Setelah memperoleh ide konten, apakah konten tersebut langsung diposting? atau perlu ada izin pemerintahan Kota Madiun terlebih dahulu?
- f. Apakah menurut Anda, pesan yang disampaikan melalui setiap unggahan di Instagram @93fmsuaramadiun dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat, serta bagaimana tolak ukurnya ?

- g. Selama sebagai sebagai admin @93fmsuaramadiun, apakah ada komentar dari masyarakat yang mengatakan bahwa admin tidak responsif dan tidak komunikatif? Jika ada, bagaimana menanggapi?

2. Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

- a. Apa yang menjadi pedoman pengelolaan pelayanan informasi dan dokumentasi oleh Kominfo Kota Madiun dalam rangka meningkatkan pelayanan informasi dan dokumentasi yang berkualitas ?
- b. Bagaimana tips khusus dari Dinas Kominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar informasi bisa tersampaikan secara luas kepada masyarakat?
- c. Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun menyampaikan muatan edukasi kepada masyarakat melalui informasi di media sosial instagram @93fmsuaramadiun?
- d. Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun memberikan respon kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar senantiasa mengikuti perkembangan informasi dari pemerintah Kota Madiun dimedia sosial tersebut?

3. Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun terkait strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui akun Instagram @93fmsuaramadiun

- a. Bagaimana tips khusus dari Dinas Kominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar informasi bisa tersampaikan secara luas kepada masyarakat?

- b. Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun menyampaikan muatan edukasi kepada masyarakat melalui informasi di media sosial instagram @93fmsuaramadiun?
- c. Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun memberikan respon kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar senantiasa mengikuti perkembangan informasi dari pemerintah Kota Madiun dimedia sosial tersebut?
- d. Apa saja faktor yang pendukung dan faktor penghambat Diskominfo Kota Madiun dalam menyampaikan informasi melalui Instagram @93fmsuaramadiun?

4. Pertanyaan wawancara untuk anggota Masyarakat Kota Madiun sebagai follower dari akun @93fmsuaramadiun

- a. Bagaimana anda melihat akun instagram @93fmsuaramadiun dalam efektifitasnya menyebarkan informasi mengenai pesan layanan masyarakat Pemerintah Kota Madiun?
- b. Bagaimana pendapat anda tentang konten yang diunggah di akun instagram 93fmsuaramadiun?
- c. Dari cara pengunggahan konten, apakah ada saran atau kritik terhadap akun instagram @93fmsuaramadiun?
- d. Menurut Anda, media sosial milik Pemerintah cocok untuk penyebaran informasi apa saja dan untuk menghimbau masyarakat terkait apa?
- e. Menurut Anda apakah masyarakat dari seluruh kalangan bisa terjangkau dengan adanya akun Instagram 93fmsuaramadiun?
- f. Dari sisi konten (*picture* dan *caption*/deskripsi), apakah informasi yang disebar melalui akun instagram 93fmsuaramadiun sudah dapat menjelaskan maksud informasinya?
- g. Apa poin-poin penting yang perlu diperhatikan akun instagram pemerintah Kota Madiun dalam memberikan informasi kepada masyarakat?
- h. Apakah peran akun instagram 93fmsuaramadiun ini dalam memberikan informasi di Kota Madiun sudah baik?

- i. Menurut Anda apa ukuran yang digunakan untuk mengetahui peran akun instagram 93fmsuaramadiun sudah berjalan dengan baik atau belum?
- j. Menurut Anda, kendala apa saja yang menjadi terhambatnya akses masyarakat terhadap informasi dari pemerintah Kota Madiun melalui akun instagram 93fmsuaramadiun?



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 01/W/2024
 Narasumber : Jajak Wicaksono
 Peran : Admin Instagram @93fmsuaramadiun
 Hari, Tanggal Wawancara : 27 Maret 2024

1	Peneliti	:	Saat mulai mengelola akun @93fmsuaramadiun, berapa jumlah followersnya saat itu dan berapa jumlah saat ini?
	Informan	:	Akun @93fmsuaramadiun dibuat tahun 2017, namun saya mengelola sejak sekitar 5 tahun ini. Awal mengelola jumlah pengikut akun ini masih dibawah seribu namun sekarang sudah hampir tiga ribu (tepatnya 2,826 <i>followers</i>). Followers kami meningkat karena selain akun di instagram, kami juga tautkan dengan dengan akun @93fmsuaramadiun di <i>youtube</i> dan Facebook dengan nama LPPL Radio Suara Madiun. Apabila kita memposting konten di salah satu akun tersebut, akan dishare ke akun sosial media lainnya. Diharapkan dari cara tersebut dapat menjaring banyak <i>followers</i> .
2	Peneliti	:	Bagaimana alur dari pengelolaan pesan/berita sampai akhirnya pesan/berita tersebut diunggah di instagram ?
	Informan	:	Apabila kita memposting konten di akun instagram, akan dishare ke akun sosial media lainnya, karena diharapkan dari cara tersebut dapat lebih tersebar informasi yang disampaikan

			kepada masyarakat.
3	Peneliti	:	Apakah sebagai admin, selalu memberikan tanggapan terhadap opini (berupa pertanyaan/kritik/saran) yang masuk dari masyarakat?
	Informan	:	Tiap konten yang diposting selalu banyak respon dari masyarakat, khususnya terkait informasi pelayanan dari pemerintah Kota Madiun. Kami selalu menyiapkan sebelumnya materi <i>feedback</i> yang perlu dijelaskan kepada masyarakat yang sumbernya dari kominfo atau pihak-pihak yang menjadi objek dari konten tersebut. Apabila komentar berupa kritik aatau saran, akan Kami catat sebagai masukan atau aspirasi perbaikan dari isi konten tersebut dan diteruskan kepada pemangku kepentingan dari isi konten tersebut.
4	Peneliti	:	Kalau ada komentar (berupa pertanyaan/kritik/saran) dari masyarakat yang ada di Instagram @93fmsuaramadiun, apakah selalu disampaikan kepada atasan?
	Informan	:	Iya, apabila komentar berupa kritik aatau saran, akan Kami catat sebagai masukan atau aspirasi perbaikan dari isi konten tersebut dan diteruskan kepada kominfo serta pemangku kepentingan dari isi konten tersebut.
5	Peneliti	:	Setelah memperoleh ide konten, apakah konten tersebut langsung diposting? atau perlu ada ijin pemerintahan Kota Madiun terlebih dahulu?
	Informan	:	Ide dan materi yang berkaitan dengan informasi pelayanan masyarakat pemerintah Kota Madiun

		<p>selalu dari Dinas Kominfo. Bahan tersebut bisa berupa media yang sudah siap untuk diposting atau bahan yang masih perlu diedit agar sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Jika konten yang akan diposting berisi informasi secara umum atau berupa hasil menggali fenomena trending di lingkungan wilayah Kota Madiun, kami memiliki wewenang sendiri untuk mengelolanya dengan melalui pertimbangan prosedur pengelolaan informasi publik dibawah Dinas Kominfo yang telah ditetapkan sesuai wewenang sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal Kota Madiun pada Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Madiun dan perubahannya di Perda No. 10 tahun 2018. Sebagaimana dalam pasal 71 Perda No. 10 tahun 2018 yang mengatur bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun yang melaksanakan pengelolaan operasional, fungsi pengawasan dan fungsi direksi.</p>
6	Peneliti	: Apakah menurut Anda, pesan yang disampaikan melalui setiap unggahan di Instagram @93fmsuaramadiun dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat, serta bagaimana tolak ukurnya ?
	Informan	: Terdapat prinsip utama dalam literasi digital yaitu pemahaman di mana masyarakat memiliki kemampuan untuk memahami informasi yang tersaji di internet sebagai media komunikasi, baik secara implisit ataupun eksplisit. Tingkat

			<p>pemahaman atau daya tangkap masyarakat terhadap informasi yang disajikan dapat diukur dari respon terhadap isi substansi dari konten yang kami publikasikan. Contohnya, dengan jumlah like dan isi dari komentar dari followers yang sering mengungkapkan dukungan atau kritik dan saran serta pertanyaan terkait isi informasi yang disampaikan dalam konten tersebut.</p>
7	Peneliti	:	<p>Selama sebagai sebagai admin @93fmsuaramadiun, apakah ada komentar dari masyarakat yang mengatakan bahwa admin tidak responsif dan tidak komunikatif? Jika ada, bagaimana menanggapi?</p>
	Informan	:	<p>Dalam interaksi di media sosial, pasti ada saja <i>follower</i> yang menanggapi berupa kritikan atau saran terkait isi dari informasi. Namun untuk respon negatif pada komunikasi admin akun @93fmsuaramadiun tidak pernah kami temukan. Hal ini sudah kami sudah persiapkan (sebagai strategi komunikasi kepada masyarakat) dengan selalu aktif <i>online</i> sebagai admin dan langsung menanggapi pertanyaan atau komentar dari tiap <i>followers</i> sesuai dengan standar operasional admin @93fmsuaramadiun yang telah ditetapkan. Jika ada <i>followers</i> yang berkomentar selalu kami berikan <i>feedback</i> berupa like pada komentar tersebut untuk memberikan atensi yang maksimal kepada <i>followers</i>.</p>

TRANSKIP WAWANCARA

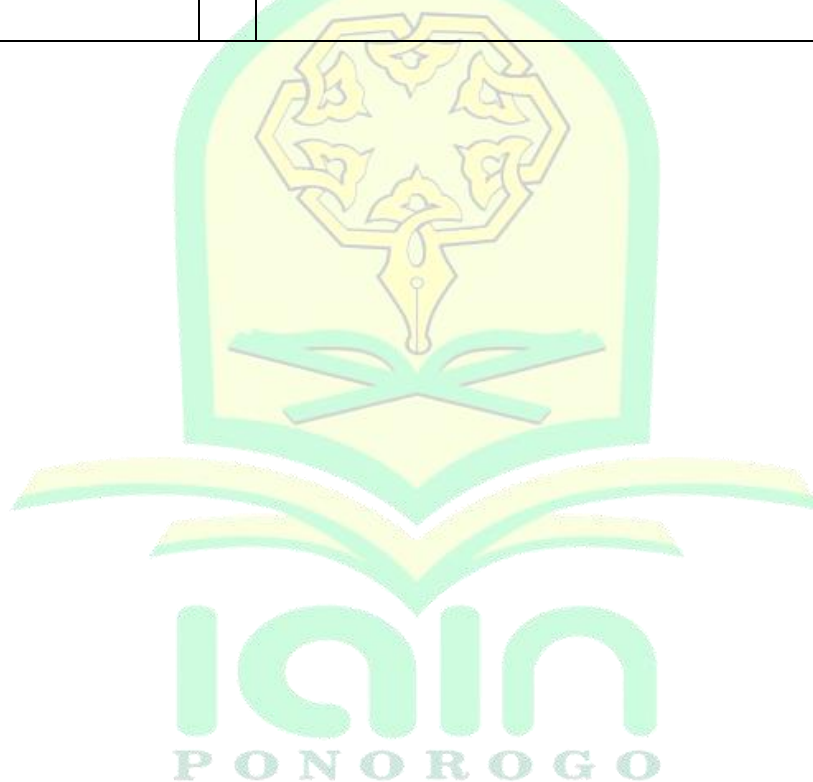
Nomor : 02/W/2024
 Narasumber : Bagus Wiyono S.Sos
 Peran : Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan
 Komunikasi Publik Dinas Komunikasi
 dan Informatika Kota Madiun
 Hari, Tanggal Wawancara : 27 Maret 2024

1	Peneliti	:	<p>Apa yang menjadi pedoman pengelolaan pelayanan informasi dan dokumentasi oleh Kominfo Kota Madiun dalam rangka meningkatkan pelayanan informasi dan dokumentasi yang berkualitas ?</p>
	Informan	:	<p>Pedoman yang digunakan telah diatur dalam Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi Dan Dokumentasi Kementerian Dalam Negeri Dan Pemerintahan Daerah. Dalam Permendagri tersebut mengatur tentang wadah komunikasi, koordinasi, konsolidasi, pembinaan, dan pengawasan PPID pada level Pemerintah Provinsi dan PPID Pemerintah Kota. Peraturan itu bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi dan dokumentasi di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah untuk menghasilkan layanan informasi dan dokumentasi yang berkualitas.</p>

2	Peneliti	:	tips khusus dari Dinas Kominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar informasi bisa tersampaikan secara luas kepada masyarakat?
	Informan	:	Menentukan tema konten yang dibutuhkan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Redaksi harus terlebih dahulu memilah informasi yang kita butuhkan menjadi point terpenting saat mempublikasi informasi di sosial media. Karena jika seseorang sudah mengetahui apa saja informasi yang ia butuhkan, ia akan lebih sadar dan tahu arah saat menggunakannya. Juga perlu diperhatikan dalam penggunaan pilihan kata yang tepat saat akan menggugah dan berkomentar di instagram. Yaitu bagaimana memberikan caption dan komentar serta bagaimana menanggapi <i>followers</i> @93fmsuaramadiun di sosial media, penggunaan kata yang sopan dan formal, tidak menyinggung pihak <i>followers</i> akan memberikan ketenangan saat menggunakannya.
3	Peneliti	:	Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun menyampaikan muatan edukasi kepada masyarakat melalui informasi di media sosial instagram @93fmsuaramadiun?
	Informan	:	Perlu mengelola isi informasi dengan baik agar

			<p>dapat optimal untuk menyampaikan informasi program pemerintah kepada masyarakat. misalkan konten harus dikemas dengan baik melalui penyusunan agenda setting dan dapat digunakan untuk menghindari kesalahan penerimaan informasi oleh masyarakat. Kemajuan digital itu harus membuat kita makin produktif bahwa ruang digital harus bisa mengakselerasi cara berpikir dan bertindak seseorang. Dengan demikian, maka kemajuan digital akan bisa memberi sumbangsih bagi kemajuan masyarakat.</p> <p>Masyarakat harus selalu dihimbau berhati-hati terhadap jenis kejahatan itu karena modus terus berkembang dan bervariasi. Oleh karena itu, masyarakat juga dihimbau untuk saling mengingatkan, khususnya bagi kelompok rentan termasuk guru, ibu rumah tangga, dan anak muda agar tidak gampang terpengaruh oleh modus kejahatan melalui media sosial yang sedang masif terkait indak penipuan dan berita bohong yang dapat berdampak perpecahan bangsa.</p>
4	Peneliti	:	<p>Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun memberikan respon kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar senantiasa mengikuti perkembangan informasi dari pemerintah Kota Madiun dimedia sosial tersebut?</p>
	Informan	:	<p>Setiap respon dari masyarakat terkait informasi</p>

		<p>yang dipublikasi melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun selalu secara langsung dilaporkan kepada kami sebagai dewan pengawas yang diatur dalam Perda No 10 tahun 2018. Apabila terdapat pertanyaan sebagai bentuk komunikasi yang baik, kami selalu merespon jawaban secepat dan setepat mungkin untuk membentuk jalinan komunikasi secara optimal dengan masyarakat.</p>
--	--	---



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 03/W/2024
 Narasumber : Rahmad Sukarno
 Peran : Kasub Koordinator Pengelolaan Komunikasi
 Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Madiun
 Hari, Tanggal Wawancara : 27 Maret 2024

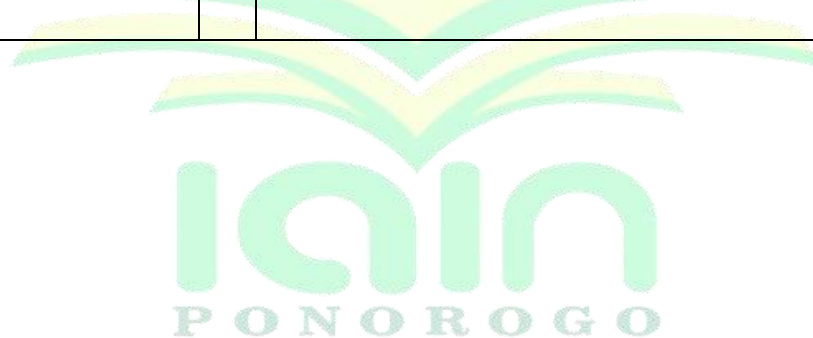
1	Peneliti	:	<p>Bagaimana tips khusus dari Dinas Kominfo Kota Madiun dalam menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram @93fmsuaramadiun agar informasi bisa tersampaikan secara luas kepada masyarakat?</p>
	Informan	:	<p>Kiat dalam menggunakan media sosial untuk layanan informasi kepada masyarakat dengan selalu aktif menyimak. Harus secara efektif terhubung dengan komunitas online, harus mendedikasikan waktunya setiap hari untuk memantau apa yang diposting/dishare di media sosial. Untuk membantu mengelola platform media sosial, bisa dengan menggunakan alat web seperti Hootsuite dan SproutSocial yang akan memberi peringatan ketika seseorang memposting sesuatu di Instagram atau media sosial lainnya. Selain itu, yang terpenting adalah respon yang cepat. Secara umum, keluhan atau tanggapan dari masyarakat harus ditangani secepatnya, tetapi ketika masyarakat memberi tanggapan di media sosial, hal ini harus disikapi dengan segera. Hal lain yang diperlukan dalam membangun interaksi</p>

		<p>yang positif yaitu dengan selalu menyampaikan kata maaf dengan tulus jika terdapat kesalahan atau bahkan memberikan tanggapan berupa jawaban yang berpotensi tertunda, semisalkan karena terkait kebijakan dari Pemerintah Kota Madiun yang harus dikonfirmasi terlebih dahulu. Meskipun ada alasan kuat dari sisi akun, jangan membela diri atau menyangkalnya. Selalu menggunakan cara bicara formal yang biasa dilakukan dan sampaikan permohonan maaf secara personal.</p> <p>Dukungan dari organisasi terutama yang mendukung perubahan pola komunikasi dan budaya organisasi yang sesuai dengan karakteristik dunia maya terutama di media sosial yang lebih terbuka dan fleksibel. Media sosial Instansi Pemerintah harus dapat memberikan respon lebih cepat daripada layanan offline, apalagi saat ini banyak pengguna lebih kritis terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Instansi Pemerintah.</p>
2	Peneliti	: Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun menyampaikan muatan edukasi kepada masyarakat melalui informasi di media sosial instagram @93fmsuaramadiun?
	Informan	: Dalam mengelola media sosial, Instansi Pemerintah harus memiliki prinsip dan etika yang berbeda dengan pengelolaan media sosial untuk

		<p>pribadi. Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 mengatur beberapa prinsip dan etika yang perlu diperhatikan oleh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah, yaitu kredibel, yakni menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan. Berintegritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika. Selalu profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya. Selalu responsif, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat. Berterintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (<i>online</i>) maupun yang tidak berbasis internet (<i>offline</i>). Prinsip keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan pribadi.</p> <p>Pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan follower, kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial yang mendidik. Telah diberikan pelatihan kepada seluruh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah yang diberikan tugas mengurus media sosial.</p>
--	--	---

3	Peneliti	:	Bagaimana cara Dinas Kominfo Kota Madiun memberikan respon kepada masyarakat melalui media sosial instagram @93fmsuaramadiun agar senantiasa mengikuti perkembangan informasi dari pemerintah Kota Madiun dimedia sosial tersebut?
	Informan	:	<p>Pengelola akun instagram @93fmsuaramadiun harus terus menjaga etika yaitu menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah. Menghormati kode etik sebagai pegawai pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat. Selalu menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan di jaringan media sosial. Selalu melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>Setiap <i>feedback</i> dari postingan yang dibagikan di media sosial harus mudah dipahami agar mendapat perhatian dan respon dari <i>follower</i>. Media sosial mempermudah Instansi Pemerintah Kota Madiun menyebarkan informasi, dengan tetap memperhatikan prinsip dan etika organisasi.</p>
4	Peneliti	:	Apa saja faktor yang pendukung dan faktor penghambat Diskominfo Kota Madiun dalam

			menyampaikan informasi melalui Instagram @93fmsuaramadiun?
	Informan	:	Dengan dukungan kemudahan-kemudahan yang ada di platform media sosial Instagram, diharapkan dapat menjadi representasi negara dan instansi dalam menyajikan layanan kepada masyarakat menjadi lebih baik. Pengelola media sosial memerlukan kemampuan khusus, antara lain kemampuan berkomunikasi secara interaktif dengan <i>follower</i> , kemampuan menggunakan aplikasi olah gambar untuk membuat konten-konten media sosial. Perlu diberikan pelatihan kepada pengelola media sosial di Instansi Pemerintah Kota Madiun yang diberikan tugas mengurus media sosial.



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 04/W/2024
 Narasumber : Aris Adi Saputra
 Peran : Masyarakat kota Madiun
 Hari, Tanggal Wawancara : 1 April 2024

1	Peneliti	:	<p>Bagaimana anda melihat akun instagram @93fmsuaramadiun dalam efektifitasnya menyebarkan informasi mengenai pesan layanan masyarakat Pemerintah Kota Madiun?</p>
	Informan	:	<p>Akun itu selalu menyampaikan informasi dari program pemerintah dan berita-berita yang terjadi di Madiun dan sekitarnya. Konten yang diposting selalu muncul di beranda saya, baik yang terbaru atau yang sudah saya buka sebelumnya. Di jaman sekarang menggunakan instagram untuk menyampaikan pesan dari Pemerintah kepada masyarakat saya merasa sangat efektif, mas. Karena sudah dapat dipastikan bahwa mayoritas masyarakat memiliki akun media sosial, tinggal bagaimana caranya supaya akun instagram @93fmsuaramadiun dapat</p>

			diketahui oleh seluruh masyarakat Kota Madiun. Misalkan dengan membagikan akun itu di media sosial lainnya yang lebih banyak digunakan masyarakat, contohnya facebook dan youtube.
2	Peneliti	:	Bagaimana pendapat anda tentang konten yang diunggah di akun instagram 93fmsuaramadiun?
	Informan	:	Konten yang diposting sangat bagus-bagus kualitasnya, pasti dibuat oleh ahli yang profesional. Setiap tema di video atau gambar yang diposting berisi informasi yang bermanfaat untuk masyarakat dan tidak hanya informasi kegiatan pemerintah saja seperti akun milik pemerintah kota lain yang biasanya hanya berisi kegiatan atau program pemerintah saja.
3	Peneliti	:	Dari cara pengunggahan konten, apakah ada saran atau kritik terhadap akun instagram @93fmsuaramadiun?
	Informan	:	Harus lebih banyak konten berisi berita informasi umum, edukasi dan hiburan serta tema yang mengarahkan masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan. Media

			<p>sosial milik pemerintah harus aktif dalam mendidik masyarakat supaya dapat meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan budaya Kota Madiun.</p>
4	Peneliti	:	<p>Menurut Anda, media sosial milik Pemerintah cocok untuk penyebaran informasi apa saja dan untuk menghimbau masyarakat terkait apa?</p>
	Informan	:	<p>Menurut saya akun Instagram @93fmsuaramadiun sudah diikuti mayoritas masyarakat Kota Madiun. Karena setiap konten yang diposting juga banyak yang tertaut (<i>tagged</i>) dengan akun instagram institusi negeri yang lain, contohnya akun milik sekolah-sekolah negeri dan swasta serta akun-akun milik pemerintah di level kelurahan dan dinas-dinas. Bahkan ada akun pribadi yang mentautkan akun @93fmsuaramadiun, maka kemungkinan besar juga sudah banyak masyarakat Kota Madiun yang mengikuti akun @93fmsuaramadiun.</p>
5	Peneliti	:	<p>Menurut Anda apakah masyarakat dari seluruh kalangan bisa</p>

			terjangkau dengan adanya akun Instagram 93fmsuaramadiun?
	Informan	:	Seperti yang saya katakan sebelumnya, kalau konten-konten yang diposting sangat bagus-bagus kualitasnya, pasti dibuat oleh ahli yang profesional. Berkualitas bagus yang saya maksudkan tidak hanya kualitas tampilan saja, namun juga kualitas dari isi materinya sangat informatif.
6	Peneliti	:	Dari sisi konten (<i>picture</i> dan <i>caption</i> /deskripsi), apakah informasi yang disebar melalui akun instagram 93fmsuaramadiun sudah dapat menjelaskan maksud informasinya?
	Informan	:	Media sosial milik pemerintah harus lebih aktif lagi dalam mendidik masyarakat supaya dapat meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan budaya Kota Madiun. Selama ini sudah bagus tema-tema yang diposting, berisi informasi berita umum, kegiatan insitusi pemerintahan dan yang sekarang sedang aktif dalam menyambut bulan Ramadhan setiap hari memposting konten

			<p>Tausiah/Dakwah yang sangat mendidik bagi masyarakat. Menurut saya, harus lebih banyak dibuatkan dan diposting konten informatif yang mendidik dalam setiap harinya. Mungkin harus membentuk tim-tim produksi konten lebih banyak untuk dapat memproduksi konten lebih dari banyak setiap harinya.</p>
7	Peneliti	:	<p>Apa poin-poin penting yang perlu diperhatikan akun instagram pemerintah Kota Madiun dalam memberikan informasi kepada masyarakat?</p>
	Informan	:	<p>Setahu saya, Akun instagram @93fmsuaramadiun merupakan pengembangan teknologi dari radio Suara Madiun yang merupakan milik Pemerintah Kota Madiun. Maka dari itu, akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Melalui teknologi sosial media, saya rasa lebih komunikatif dari pada menggunakan media radio seperti era dahulu, karena dengan media sosial, pengelola akun</p>

			dapat lebih interaktif dengan masyarakat secara langsung melalui komentar dan halaman pesan untuk berkomunikasi dengan lebih baik.
8	Peneliti	:	Apakah peran akun instagram 93fmsuaramadiun ini dalam memberikan informasi di Kota Madiun sudah baik?
	Informasi	:	Saya hanya bisa mengukur dari jumlah <i>followers</i> -nya yang sudah banyak dan banyak yang komentar positif di tiap konten yang diposting. Itu bisa menjadi ukuran bahwa akun instagram @93fmsuaramadiun memiliki peran yang penting di mata masyarakat sebagai media informasi. Selain itu juga dapat diukur dari kualitas kontennya yang bagus dan mendidik merupakan standar dari kualitas akun media sosial milik pemerintahan yang memiliki peran sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa perangkat handphone sekarang ini sudah sangat murah apalagi

		ditunjang dengan fasilitas internet gratis dari Pemerintah Kota Madiun, sudah dapat dipastikan upaya pemerintah dalam menjalankan strategi komunikasi dengan masyarakat dapat berjalan optimal. Jadi, menurut saya sebagai anggota masyarakat yang berdomisili di Kota Madiun merasa sangat terfasilitasi dan merasa terlindungi karena memiliki pemerintahan yang komunikatif dan mengayomi.
9	Peneliti	: Menurut Anda apa ukuran yang digunakan untuk mengetahui peran akun instagram 93fmsuaramadiun sudah berjalan dengan baik atau belum?
	Informan	: Menurut saya hambatan justru dari motivasi masyarakat sendiri yang kurang minat dalam mengkonsumsi informasi yang mendidik karena lebih minat pada konten-konten yang bersifat hiburan saja. Menurut saya konten yang disampaikan pemerintah melalui media sosial sudah mengedepankan keterbukaan informasi publik untuk segala materi konten yang dipostingnya.

			<p>Di era keterbukaan informasi sekarang ini, pemerintah Kota Madiun sangat aktif dalam menyampaikan program-program pemerintah yang memberdayakan potensi masyarakat dan daerah untuk kepentingan pembangunan dan kesejahteraan masyarakatnya. Contohnya program informasi promosi UMKM milik masyarakat yang rutin diposting dengan tujuan mempromosikannya. Saya mengamati juga akun-akun media sosial milik Pemerintah Kota Madiun lainnya dibawah pengawasan dan pengelolaan Dinas Kominfo yang membuat konten mendongkrak program UMKM.</p>
10	Peneliti	:	<p>Menurut Anda, kendala apa saja yang menjadi terhambatnya akses masyarakat terhadap informasi dari pemerintah Kota Madiun melalui akun instagram 93fmsuaramadiun?</p>
	Informan	:	<p>Menurut saya sudah bagus, namun perlu ditingkatkan frekuensi produksi konten dan mempublikasinya dalam setiap</p>

		<p>harinya. Kita bisa mengamati akun-akun produktif milik personal atau media massa yang bermuatan bisnis, dapat memposting konten banyak dalam sehari, karena memiliki tim yang banyak dan mungkin tiap tim dibentuk dengan operasional untuk memproduksi dengan materi khusus yang ditetapkan tiap timnya. Saran saya, akun instagram @93fmsuaramadiun juga dapat dioperasionalkan seperti itu supaya lebih produktif lagi dengan memposting banyak konten setiap harinya.</p>
--	--	--



RIWAYAT HIDUP

Ilham Ahmad Inzadi, lahir pada tanggal 24 Oktober 2002 di Madiun. Peneliti tinggal di Desa Bagi RT12 RW02, Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun Jawa Timur. Peneliti menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN 01 Bagi pada tahun 2014, kemudian Pendidikan berikutnya dijalani di SMPN 01 Nglames lulus tahun 2017. Pendidikan selanjutnya di SMAN 01 Nglames lulus tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikannya lagi di IAIN Ponorogo mengambil jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, lulus pada tahun 2024. Peneliti aktif mengikuti organisasi kemasyarakatan yaitu karang taruna.

