

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dalam Publikasi Informasi

Layla Nirwana Lubis, Sori Monang

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

laylanirwana00@gmail.com, sorimonangg@gmail.com

ABSTRACT

Today's technological developments greatly influence the growth of media, both conventional media and digital media such as social media. Social media now functions as a necessity that cannot be separated from the public. One of the most widely used social media is Instagram. How to use it and Instagram's interesting features make Instagram the most popular social media among the public. Users vary from young people, public figures, to government agencies. Government agencies utilize the capabilities of social media, especially Instagram, as a medium for disseminating public information, one of which is the Padangsidimpuan City Government Communication and Information Agency. Instagram was chosen to be one of the social media that is actively used by the Padangsidimpuan City Government Communications and Information Service. With the account name (@kominfopsp). Instagram is used in the use of Instagram social media as a medium of communication and information. The method used to conduct this research is descriptive qualitative, this method is used because the utilization used cannot be calculated or quantified or calculated based on data but requires further interviews and observations. The results of this research are that the Padangsidimpuan City Government Communication and Informatics Service Agency is considered quite successful in its use as a public communication and information medium, although along the way it requires criticism and suggestions from the public in order to build a better Padangsidimpuan City Government Communication and Informatics Service.

Keywords: Instagram Social Media, Communication and Informatics Service, Information Publication

ABSTRAK

Perkembangan teknologi zaman sekarang sangat mempengaruhi pertumbuhan media, baik media konvensional maupun media digital layaknya media sosial. Media sosial saat ini sudah berfungsi sebagai kebutuhan yang tidak bisa lepas dari publik. Sosial media yang paling banyak di gunakan salah satunya adalah Instagram. Cara pemakaiannya dan fitur-fitur Instagram yang menarik membuat instagram menjadi media sosial yang paling digemari oleh publik. Pengguna nya pun bervariasi mulai dari kalangan muda, *public figure*, hingga instansi pemerintahan. Instansi pemerintahan memanfaatkan kemampuan media sosial khususnya Instagram sebagai media penyebaran informasi publik, salah satunya adalah Instansi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan. Instagram dipilih menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan. Dengan nama akun (@kominfopsp). Instagram tersebut di fungsikan dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, metode ini digunakan karena pemanfaatan yang digunakan tidak bisa di hitung atau kuantifikasi atau dihitung berdasarkan data tetapi perlu adanya wawancara dan observasi lebih jauh. Hasil dari penelitian ini adalah Instansi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dinilai cukup berhasil dalam pemanfaatannyasebagai media komunikasi dan informasi publik, meski dalam perjalanannya diperlukan kritik dan saran dari publik demi membangun Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan yang lebih baik lagi.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Dinas Komunikasi dan Informatika Publikasi Informasi

PENDAHULUAN

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 278, 69 juta orang, sebanyak 167 juta atau sekitar 78% diantaranya adalah pengguna aktif dari berbagai macam media sosial. Media Sosial sekarang sudah berfungsi sebagai kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Penggunaan dan fitur-fitur Instagram yang menarik dan *up to date* menjadikan instagram menjadi aplikasi *favorite* di semua kalangan seperti masyarakat, *public figure*, hingga pemerintahan. (Iqbal, 2019)

Kemajuan teknologi serta informasi yang terjadi mendorong pemerintahan menyebarkan informasi publik melalui penggunaan media sosial untuk meningkatkan kualitas dan kesegaran berita yang di tampilkan. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pemerintahan dinilai sebagai sebuah ide baru yang memiliki kekuatan cukup besar dalam menciptakan komunikasi yang lebih terarah, cepat, efisien dan terbuka. Peneliti menganggap bahwa peneliti perlu untuk mengetahui tata cara pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Padangsidempuan melalui Dinas Komunikasi dan Informasi atau akrab dikenal Dinas Kominfo Kota Padangsidempuan dalam menyampaikan informasi publik terhadap masyarakat. Dalam buku Media Sosial oleh Dr. Rulli Nasrullah M.Si menyimpulkan bahwa "Media Sosial merupakan media di Internet yang memungkinkan penggunaannya menunjukkan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan secara virtual" dengan begitu dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah tempat untuk berbagi informai serta pengalaman kepada khalayak ramai. Berbagai cara mengungkapkan di media sosial, mulai dari membagikan tulisan, foto maupun video. Kemampuan berbagi tersebut dirasa asik dan menarik. Diluar itu, adanya kebebasan dalam mengemukakan ekspresi menjadi salah satu nilai plus yang dimiliki oleh media sosial sehingga sangat menarik perhatian masyarakat. (Nasrullah, 2017)

Perkembangan teknologi informasi berbanding lurus dengan kenaikan jumlah media sosial karena sifat dasar manusia yang selalu mencari informasi menarik dan terbaru untuk di sajikan di Media Sosial terutama pada platform Instagram. Menurut Macarthy, Instagram merupakan paltform media sosial yang dilandasi kepada seseorang dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto mapun video untuk dapat diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh khalayak ramai (William D. Perreault, 2006). Tidak hanya berbagi foto dan video saja namun, paltform tersebut juga menyediakan fitur saling mengomentari postingan dan juga saling

mengirim pesan singkat yang dinamakan *Direct Massage* atau lebih akrab disebut DM. Dibalik kemudahan dan kepraktisan penggunaan instagram, terdapat beberapa kekurangan, kesempatan dan hambatan. Hasil analisis peneliti mengenai SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Thread*) dari Instagram adalah dari segi kekuatan atau *strength* Instagram memiliki potensi pada komunitas *Influencer* yang memungkinkan semua orang menjadi terkenal melalui platform Instagram. Selain memiliki cakupan *audience* yang tinggi Instagram juga memiliki fitur *hashtag* yang mempermudah penggunaannya untuk mencari foto dan video terkait dengan mudah.

Namun Instagram juga memiliki kekurangan yang mana pembatasan lalu lintas web sehingga untuk bisa melakukannya pengguna perlu memiliki lebih dari 10.000 pengikut. Instagram juga memiliki peluang kenaikan jumlah pengguna meskipun adanya hambatan yaitu kebebasan dalam Instagram yang dapat di salahgunakan oleh orang maupun oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan kejahatan seperti penipuan, penculikan, penipuan dan masih banyak lagi. Dalam rekam jejaknya, Instagram banyak digunakan sebagai media baru yang secara resmi menyebarkan informasi. Bahkan beberapa media konvensional secara gamblang menambahkan Instagram menjadi salah satu platform resmi.

Di Indonesia sendiri, Instagram bertambah kemampuan dan berinovasi sebagai media untuk berjualan, berbagi cerita, berbagi pengalaman dan yang sangat ramai adalah penggunaan instagram di Pemerintahan. Sekarang tengah ramai instansi pemerintahan menggerakkan pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan informasi publik. Pemerintah kota maupun daerah berperan aktif dalam mengakses media sosial, mulai dari kepala kantor hingga daerah tersebut memiliki akun platform media sosialnya khususnya Instagram nya sendiri.

Kota Padangsidimpuan menjadi salah satu kota yang memiliki dan cukup aktif dalam penggunaan platform media sosial khususnya Instagram. Tidak hanya kotanya saja yang memiliki Instagram, sampai pada instansi pemerintahannya sendiri juga memiliki Media Sosial Instagram. Pada dasarnya, kementerian komunikasi dan informasi tidak mengatur penggunaan media sosial apa saja yang wajib dimiliki oleh tiap-tiap instansi di pemerintahan kota maupun daerah. Pemilihan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan tiap-tiap instansi pemerintahan daerahnya. Penentuan media sosial apa saja yang digunakan dilihat dari target pasar di setiap kota dan provinsi.

Pemerintah Kota Padangsidimpuan khususnya pada Instansi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Padangsidimpuan atau lebih dikenal Dinas Kominfo Kota Padangsidimpuan memilih menggunakan berbagai macam media sosial sebagai alat penyebaran informasi publik seperti Facebook, Youtube, TikTok dan tentu saja Instagram sebagai patokan utama peneliti. Dinas Kominfo Kota Padangsidimpuan memilih platform Instagram sebagai konten utama peredaran informasi instansinya. Rahmi Azrina Putri Pasaribu selaku pembuat konten di Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintahan Kota Padangsidimpuan

mengatakan bahwa platform Instagram merupakan kanal yang lebih sering dibuka oleh masyarakat kota Padangsidempuan dan membuka peluang untuk masyarakat lebih dekat dengan Instansi Dinas Kominfo Kota Padangsidempuan karna dianggap lebih cepat dalam arus penyebaran informasi publik terhadap masyarakat kota Padangsidempuan.

Setelah dianalisa, hasil pengamatan SWOT dari Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintahan Kota Padangsidempuan adalah pertama, sebagai Publikasi berita, kedua sebagai pemberitahuan penting, ketiga sebagai bentuk transparansi dan partisipasi publik, ke-empat adalah sebagai promosi lokal, kelima sebagai visualisasi data dan yang terakhir adalah menunjukkan keterlibatan masyarakat.

Namun, dalam perjalanannya tentu terdapat hambatan pada platform media sosial Instagram Dinas Komunikasi dan informasi Kota Padangsidempuan yang cenderung lebih rendah dibanding akun platform instansi Kota Padangsidempuan yang lainnya.

Dalam UU Republik Indonesia nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, maka Pemerintah Kota Padangsidempuan melalui Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Padang Sidempuan ingin menjalankan peraturan yang telah diterapkan menggunakan media sebagai alat untuk penyebaran informasi. Dan karena saat ini media sosial adalah media yang paling banyak digunakan, maka Pemerintah kota Padangsidempuan melalui Dinas Kominfo Kota Padangsidempuan menggunakan platform Media sosial Instagram sebagai alat untuk peningkatan kualitas informasi di Kota Padangsidempuan di samping media konvensional seperti koran dan juga televisi. (Rakyat, 2018)

Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintahan Kota Padangsidempuan diisi dengan konten yang menarik yang berhubungan dengan kegiatan Instansi Dinas Kominfo juga pemerintahan di Kota Padangsidempuan. seperti, mengajak dan menginfokan tentang segala hal yang sedang atau akan dan sudah dilaksanakan di Kota Padangsidempuan maupun dinas di luar kota. Contohnya, seperti jadwal acara, acara-acara penting hingga kegiatan Walikota Padangsidempuan baik dalam maupun luar Kota Padangsidempuan. Informasi tersebut di kemas secara unik dan menarik baik formal maupun non-formal.

1. Tinjauan Pustaka

Interaksi Sosial

Manusia dilahirkan sebagai makhluk sosial, kenyataan tersebut menyebabkan manusia tidak akan dapat hidup tanpa kehadiran manusia lainnya. Hubungan tersebut dapat digolongkan kepada Interaksi sosial. Adapun pengertian Interaksi sosial menurut pakarnya adalah sebagai berikut

- a. Interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang berkaitan dengan orang perorangan, kelompok perkelompok, maupun perorangan terhadap perkelompok atau sebaliknya (Elly M. Setiadi, 2011)
- b. Interaksi Sosial adalah hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok. (Soerjono Soekanto, 2017)

Berdasarkan pengertian tersebut, maka pengertian interaksi sosial adalah hubungan yang terjadi antara manusia dengan manusia lain, baik secara individu maupun kelompok.

Media Sosial

Pada saat ini dunia dapat di genggam hanya dengan Media Sosial. (Nasrullah, 2017) Media Sosial adalah medium atau wadah pada internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dikutip oleh Nasrullah dalam buku (Nasrullah, 2017) dikatakan oleh Van Dijk bahwa "Media Sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial"

Karakteristik media sosial dapat dijabarkan menjadi 7, sebagai berikut :

- a. Jaringan (*network*): Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet
- b. Informasi (*information*): Informasi menjadi intensitas yang penting karena pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, mereproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi di produksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai
- c. Arsip (*archive*): Arsip yang menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang di kirimkan tidak akan hilang begitu saja pada pergantian hari.
- d. Interaksi (*interactivity*): Karakter dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna, selain memperluas jangkauan pertemanan , tapi perlu dibangun dengan adanya interaksi antar pengguna. Seperti saling berkomentar atau memberikan tanda suka.
- e. Simulasi sosial (*simulation of society*): Media sosial memiliki karakter yaitu sebagai medium berlangsungnya masyarakat dalam dunia

virtual. Dapat diibaratkan sebagai negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.

- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*): Media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun
- g. Penyebaran (*sharing*): Penyebaran merupakan karakter lainnya dimana tidak hanya menghasilkan konten yang dibuat dan dikonsumsi oleh penggunanya, tapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan

Berdasarkan Literasi *Uses ad grativication Mc Quail*, empat tujuan berbeda dalam menggunakan Media – Pencarian informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, integrasi dan hiburan (Kyung Sun Kim, 2013) sebagian besar platform media sosial digunakan untuk mencari informasi. Media Sosial adalah medium di Internet yang memungkinkan pengguna merepresenasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspita, 2017)

Instagram adalah salah satu medias sosial milik Facebook yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten baik dengan bentuk video ataupun gambar. Berbeda dengan media sosial lain, akses fitur yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram lebih terbatas apabila diakses melalui komputer. Fitur mnegunggah konten dan mengirim pesan hanya dapat dilakukan pada aplikasi Instagram pada *smartphone*.

Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengirimkannya dalam waktu cepat. Instagram memiliki 5 menu utama (B. D, 2012)

1. *Home Page*
Home Page merupakan halaman utama yang berisi phto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah bawah.
2. *Comments*
Foto atau video yang sudah diunggah dalam Instagram dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang tersedia.
3. *Explore*
Explore adalah kumpulan foto dan video populer yang mendapatkan banyak like
4. Profil
Informasi pengguna dapat diketahui melalui profil
5. *News Feed*
News Feed adalah fitur berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna Instagram

Menurut Atmoko, terdapat bagian pada Instagram yang sebaiknya di isi agar foto yang diunggah lebih bermakna yaitu ;

1. Judul

Judul atau biasa di sebut *caption* bersifat memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui foto.

2. Hashtag

Hashtag adalah simbol tanda pagar (#), tanda pagar ini dapat mempermudah pengguna untuk menemukan foto atau video di instagrm dengan kategori tertentu.

3. Lokasi

Fitur ini adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto atau video. Meski Instagram disebut sebagai layanan berbagi foto, instagram juga merupakan jejaring sosial karena melalui instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengn pengguna lain.

Aktivitas yang dilakukan di Instagram, yakni:

1. *Folllow*

Follow atau ikut, pengguna instagram dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengn cara saling *follow* akun Instagram.

2. *Like*

Like merupakan ikon yang mana pengguna dpat menyukai foto atau video yang telah diunggah, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto maupun video.

3. Komentar

Komentar merupakan aktivitas memberikan pikiran atau pendapat melalui kalimat yang dituliskan pada kolom yangtelah disediakan pada postingan.

4. *Mention*

Mention adalah menyebutkan nama pengguna lain pada sebuah postingan ataupun kometar di Instagram yang berfungsi untuk memberitahukan sebuah informasi kepada pengguna lain.

5. *Direct Massage*

Direct Massage adalah fitur berkirim pesan dalam Instagram yang memungkinkan penggunanya dapat mengirimkan teks pesan, foto, video, pesan suara, postingan pengguna lain dan cerita pribadi dengan satu atau beberapa pengguna Instagram lainnya.

Ada beberapa komponen dalam Instagram yang harus dimiliki oleh sebuah akun yaitu:

1. Nama Akun

Nama akun Instagram terbatas hanya 30 karakter yang hanya dapat terdiri dari kombinasi antara angka, huruf, titik dan garis bawah. Contohnya, @laylanirwanaa @bingkaimasa_ dan @layla.1900

2. *Profile picture*

Gambar profil terbatas pada ukuran maksimal 180 x 180 *pixels* atau minimum 110 x110 *pixels*.

3. *Profile Bio*

Tempat untuk membeirikan penjelasan dalam maksimal 150 karakter mengenai akun Instagram adalah salah satu tempat dimana pengguna dapat menaruh link yang dapat langsung diases dalam satukali klik.

4. *Instagram feed*

Termpat berbagi konten berupa gambar dan video. Satu baris Instagram *feed* akan menampilkan tiga konten. Saat ini, pengguna dapat menampilkan 10 video atau gambar dalam satu postingan konten berupa slideshow.

5. *Instagram reels*

Fitur Instagram terbaru yang memungkinkan para pengguna instagram dapat membuat video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek dan *tools* kreatif yang disediakan oleh instagram. Video yang telah dibuat melalui Instagram *reels* dapat digabungkan dan dapat diposting di media sosial Instagram penggunanya dan dapat muncul di Instagram *Feed*.

6. *Instagram Stories*

Pengguna dapat berbagi konten gambar juga video dengan rasio 16:9 dan ukuran optimal 1080 x 1920 *pixels* dalam durasi 15 detik. Nantinya, Instagram *Storie* hanya akan bertahan selama 1 x24 jam atau dapat disimpan pada fitur *highlilght* yang bisa terus di kunjungi di halaman profil pengguna.

3. Kesempurnaan Media

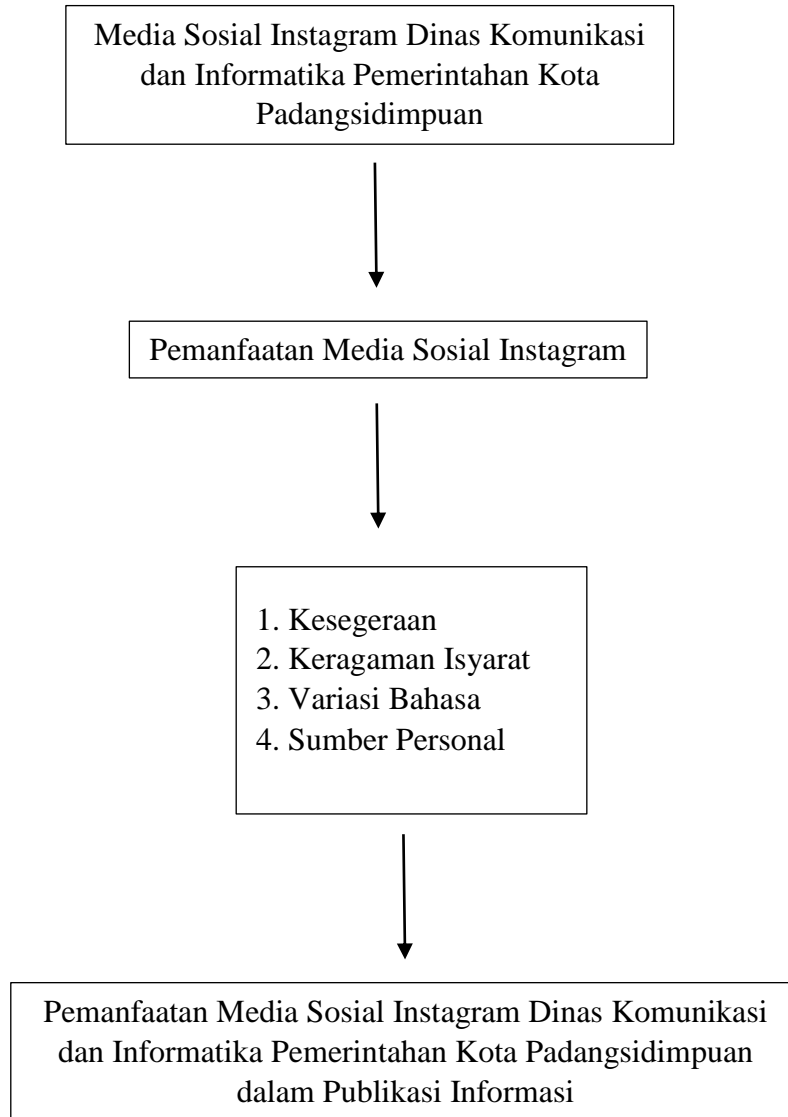
Penyebaran Informasi terdapat pada teori kesempurnaan Media atau biasa disebut *Media richness Theory* dikemukakan oleh Trevino, Daft dan Langel (1990) pada buku Pace & Faules (Daft, 1983). Daft dan Langel menyatakan bahwa media memiliki kemampuan yang berbeda untuk mempermudah pemahaman dan media dapat dipandang sebagai “kaya” atau “miskin” berdasarkan pada kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama. “kaya” dalam artian media yang memiliki kekuatan membawa pesan informasi dan juga terdapat *feedback* dari informasi tersebut. Sedangkan “miskin” memiliki arti media kurang memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi yang kemudian menyebabkan kebingungan sehingga diperlukan kemampuan tambahan untuk menggunakan media sosial Instagram. Pemilihan media sebagaimana dicetuskan oleh Daft dan Langel mengemukakan bahwa media yang lebih kaya lebih cocok untuk informasi yang samar-samar dan pesan non-rutin, sementara media yang lebih miskin lebih cocok untuk pesan tegas dan pesan rutin yang langsung dapat dipahami.

Media yang disebut media “kaya” adalah *face to face*. Media tersebut cocok untuk menyampaikan pesan penting, pesan yang di khawatirkan menimbulkan ambiguitas serta membutuhkan pemahaman yang lebih dalam. Contohnya, seperti kegiatan negosiasi, wawancara kerja dan lain-lain. Semakin “kaya” sebuah media, maka semakin efektif dalam menyampaikan pesan. Disebutkan bahwa Daft dan Langel menyatakan 4 kriteria untuk menilai “kekayaan” dalam sebuah media, yaitu :

- a. Kesegeraan atau *Immediacy*
- b. Keragaman Isyarat atau *multiple variety*
- c. Variasi bahasa atau *Language Variety*
- d. Sumber personal atau *personal source*

Kesegeraan memiliki arti yaitu kemampuan media dalam memberikan informasi secara terus menerus dan *feedback* yang cepat. Karakter ini dianggap penting karena dalam proses komunikasi apabila terjadi penundaan maka isu penting yang tertunda tidak dapat tepat lagi. Kemudian pada keragaman isyarat, kemampuan mengkomunikasikan pesan dengan pendekatan verbal ataupun non-verbal. Variasi bahasa dimana penggunaan kata menunjukkan kemampuan memahami sesuatu, misalnya dalam menyampaikan ide-ide atau konsep melalui *symbol*. Dan sumber personal yang mana penting untuk disampaikan kepada pengguna lain. Selain itu *Media Richness Theory* atau Teori Kesempurnaan Media juga banyak digambarkan sebagai kemampuan media dalam memproduksi informasi.

4. Kerangka Pemikiran



5. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian kualitatif merupakan jenis dimana objek yang akan diteliti tidak dapat diteliti secara statistik. Pendekatan kualitatif akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif yaitu memberikan penjelasan mengenai keseluruhan peneliti. Metode penelitian ini akan menghasilkan data berupa tulisan, ucapan dan perilaku yang diamati.

6. Hasil dan Pembahasan Konten

Teori Kesempurnaan

Teori yang digunakan adalah *Media Richness Theory* (Teori Kesempurnaan Media) teori ini adalah kerangka yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan media komunikasi untuk mereproduksi informasi. Teori ini menyatakan bahwa komunikasi di perlanjar oleh pemilihan media komunikasi yang “sempurna” (Saleh, 2016). Teori kesempurnaan media menempatkan media pada suatu rangkaian berdasarkan pada “kesempurnaan” mereka.

Pada teori ini percakapan *face to face* dianggap sebagai media yang paling kaya karena pengirim pesan menerima umpan balik segera atas seberapa baik penerima dalam mendengar dan memahami pesan. Maka pada intinya, media dapat dikatakan kaya apabila pesan yang disampaikan dapat langsung memberikan *Feedback*. Pada pembahasan kali ini, media sosial sebagai media media yang paling kaya atau cepat karena pada media sosial terkhusus Instagram, penerima pesan dapat langsung memberikan respon atau *feedback* terhadap pengirim pesan. Bagi media sosial Instagram, respon yang dapat langsung diberikan dari penerima adalah dengan *likes, comment* dan mengirim pesan.

Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi merupakan bagian dari teori kesempurnaan media, penyebaran informasi diperlukan dalam memilih media, yang mana dicetuskan pemilihan media yang lebih “kaya” cocok pada situasi menyampaikan pesan penting. Pesan yang berpotensi menimbulkan ambiguitas, media yang membutuhkan keterangan lebih semakin efektif dalam menyampaikan pesan.

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan pendukung. Rahmi menyatakan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Pemerintahan Kota Padangsidimpuan menekankan untuk memberikan

perhatian kepada pendengar dan pengikut atas pesan yang bersifat informatif, *up to date*, dan bernuansa positif dengan pengemasan lebih unggul dari platform media sosial lainnya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, penyebaran informasi pada media sosial Instagram milik Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Pemerintahan Kota Padangsidimpuan menggunakan kriteria pada teori kesempurnaan media dengan 4 kriteria penyebaran informasi dari Daft dan Lengel.

Immediacy (Kesegeraan)

Immediacy atau kesegeraan dikatakan sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan mendapatkan respon secara cepat. Hal ini berpengaruh dalam proses komunikasi karena apabila terdapat penundaan menyampaikan pesan maka akibatnya pesan tersebut sudah tidak relevan lagi. Dari hasil pemaparan oleh Rahmi, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan memang tidak memiliki waktu tertentu untuk meng-*upload* setiap kontennya, tidak pasti tertuju pada satu waktu misalnya jam 4 sore. Tetapi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan pada platform media sosial khususnya Instagram memilih untuk segera menyebarkan konten berisi informasi penting dengan syarat informasi tersebut memang sudah layak untuk bisa di sebarluaskan, sehingga informasi tersebut tidak kehilangan moment. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan sudah memuat informasi terkini sesuai dengan acara maupun kegiatan yang di-adakan oleh Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan maupun keadaan di Kota Padangsidimpuan sendiri dan publik di Kota Padangsidimpuan dengan mudah mendapatkan informasi tersebut melalui akun media sosial Instagram milik Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dengan nama akun @kominfosp. Publik dengan menerima pesan dan informasi yang di *upload* dengan baik, alur komunikasi sudah terjadi dengan baik karena apa yang di bagikan dapat diterima dan publik dapat memberikan respon dengan menyukai dan berkomentar pada setiap postingan.

Menurut peneliti, sebuah instansi pemerintahan memang sebaiknya selalu aktif mengunggah konten tentang kegiatan dan keadaan yang terjadi bahkan viral di kota tersebut. Berdasarkan observasi peneliti, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan sudah mengunggah konten-konten kegiatan walaupun waktu pengunggahan belum rutin. Contoh yang saat ini sedang ramai adalah

semarak kemerdekaan RI ke 78, maka dalam beberapa hari kebelakang akun media sosial instagram milik Dinas Kominfo Kota Padangsidimpuan aktif meng-*upload* dan menyebarkan informasi mengenai HUT RI ke 78 baik itu sesudah bahkan acara mendatang seperti pesta rakyat HUT RI ke-78 di Kota Padangsidimpuan.

Multiple Cues (Keragaman Isyarat)

Keragaman isyarat diartikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan verbal dan juga non-verbal seperti ekspresi dan juga gerakan.

Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan mengisi konten-konten pada Instagramnya dengan pendekatan verbal dan non-verbal. Seperti pada penggunaan konten *vlog* bagi kaum usia muda, ada beberapa *vlog* yang di tampilkan pada media sosial Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan seperti konten rapat persiapan perjanjian kerja sama pemanfaatan tanda tangan elektronik di Depok, Jawa Barat oleh Dinas Kominfo Padangsidimpuan yang mana kontennya dikemas unik dan ringan khas gaya anak muda.

Selain itu, *vlog* rapat persiapan perjanjian kerja sama pemanfaatan tanda tangan elektronik di Depok, Jawa barat oleh Donas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dibawakan dan di edit sedemikian rupa dan bergesur santai. Berdasarkan dari pernyataan Informan bahwa *vlog* tersebut dikemas dengan cara yang menarik dan tidak terlalu kaku. Didukung dari pernyataan informan ahli bahwa Instagram dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan cukup berhasil mencakup segmentasi muda dan tua dengan konten-konten yang di sajikan. Maka, peneliti beranggapan bahwa dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan sudah memuat informasi dengan pendekatan verbal maupun non-verbal.

Language Variety (Variasi Bahasa)

Salah satu indokator dalam menilai tingkat kekayaan sebuah media dilihat dari variasi bahasa. Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol. Selain itu, variasi bahasa juga bisa dikatakan sebagai kemampuan penggunaan barbagai macam kata untuk meningkatkan pemahaman.

Informan pendukung memaparkan bahwa akun Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan menyiapkan konten hiburan yang dapat dinikmati meskipun tidak dapat bertemu secara langsung, sehingga Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah yang menghubungkan antara Masyarakat dengan Pemerintah melalui hiburan yang dapat diakses melalui *live* Instagram. *Live* tersebut meliputi kegiatan Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan, Walikota Padangsidempuan dan kegiatan besar yang sedang berlangsung. Akun Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan juga menyentuh segmentasi dengan usia tua melalui kontennya. (Haryanto, 2020)

Salah satu contohnya adalah membuka acara Festival seni dan Qasidah tingkat Kota Padangsidempuan dan mendokumentasikan kegiatan sosial dan berbagai acara rapat lainnya. Sehingga, informan hali merasa bahwa Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan transparan dalam menyampaikan informasi.

Personal Source (Sumber Personal)

Sesuai dengan kriteria penyebaran informasi, indikator yang terakhir adalah sumber personal dimana pengguna atau komunikator menyampaikan informasi kepada pengguna terakhir. Selain itu, sumber personal atau *personal source* juga diartikan sebagai kemampuan media untuk mengantarkan perasaan personal dan emosi dari komunikator. Informan kunci mengatakan bahwa Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan sebaiknya lebih memanfaatkan fitur dari Instagram dalam memeriksa tingkat *engagement* dari fitur *insight* Instagram bisnis, karena *insight* tersebut memudahkan Dinas Kominfo untuk melihat segmentasi dari *followers* Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan. pemanfaatan fitur juga dapat berdampak pada kenaikan jumlah *viewers* apabila pemerintah lebih memperhatikan waktu tertentu untuk meng-*upload* kontennya.

Informan ahli menyatakan bahwa akun milik Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidempuan juga perlu mempelajari tentang adanya interaksi antara Instansi Pemerintah dengan masyarakat melalui kolom komentar. Tiap-tiap Instansi pemerintahan dapat memanfaatkan fitur *caption* dengan menambahkan beberapa pertanyaan yang bisa dijawab melalui kolom komentar sehingga Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidempuan bisa langsung mendapatkan *feedback* dari masyarakat. Informan ahli juga menambahkan bahwa Instagram Dinas Komunikasi Kota

Padangsidimpuan perlu memperhatikan kenyamanan dalam melihat setiap konten yang ingin disebar. (Widiastuti, 2018)

Hal ini didasari oleh salah satu konten di Instagram yang berisi banyak tulisan, sehingga dapat menurunkan minat masyarakat untuk melihat informasi tersebut. Peneliti melihat pada indikator sumber personal Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan perlu memperhatikan *caption*, agar proses komunikasi antara masyarakat dan pemerintah lebih *aware* terhadap informasi publik pada Instagram tersebut. Selain itu, informan ahli juga mengatakan bahwa beberapa desain dari konten kurang menarik perhatian pembaca, sehingga bisa menjadi pertimbangan sebagai bahan evaluasi yang bertujuan agar *engagement rate* Instagram Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan meningkat. (Kurniawan, 2017)

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Akun Instagram Milik Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dalam penyebaran informasi kepada publik menggunakan kriteria penyebaran informasi yakni, kesegeraan, variasi bahasa, keragaman isyarat dan suber personal. (VerishanErina Maharani, 2019)

Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk publik untuk mendapatkan informasi secara baik dan benar. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Padangsidimpuan sudah melaksanakan 4 kriteria tersebut. Kesegeraan di tunjukkan dengan ketepatan dalam melakukan *upload*-an dari setiap kontennya, sesuai dengan permasalahan yang sedang ramai menjadi perbincangan atau kegelisahan masyarakat. Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan meng-*upload* acara semarak HUT RI ke-78 hingga Pesta Rakyat spesial HUT RI ke-78. Konten tersebut dikemas dengan cara yang bervariasi. Peran Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan dalam melakukan penyebaran informasi menggunakan media sosial Instagram dipercaya dapat masuk pada sebagian besar segmentasi masyarakat, baik generasi muda maupun orangtua.

Topik atau jenis informasi yang diberikan juga beragam yang mana Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Padangsidimpuan memiliki seluruh aspek penting yang ada di Kota Padangsidimpuan seperti informasi mengenai pembangunan, bantuan sosial, keadaan darurat, hiburan, peraturan baru dan masih banyak lagi.

Selain itu frekuensi pengunggahan konten yang bisa mencapai 2 konten dalam sehari menjadi informasi tidak berputar pada satu pembahasan saja

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 No 1 (2024) 1174-1190 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i1.4697

melainkan banyak informasi yang dapat di beritakan . informasi yang telah di *upload* dengan cepat dan sesuai dengan keadaan di lapangan akan mengundang perhatian masyarakat. Pada kriteria sumber personal, pemerintah tidak hanya memberikan sosialisasi melalui sosial media mengenai apa saja yang terjadi, tapi juga memberikan *hoteline* bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan.

DAFTAR PUSTAKA

- B. D, A. (2012). *Instagram Handbook*,. Jakarta: Media Kita.
- Daft, R. L. (1983). *Organization as Information Processing System*. Texas: A&M University.
- Elly M. Setiadi, U. K. (2011). *Pengantar Sosiologi. Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana Publisher.
- Haryanto, A. (2020, February 20). 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Indonesia.
- Iqbal, R. (2019, Juli 05). 10 Negara dengan Penduduk Terpadat di Dunia, Indonesia salah satunya. Indonesia.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial INstagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi*.
- Kyung Sun Kim, S. C. (2013). *Information Seeking trough Social Media : Impact of User Characteristics on Social Media Use*. Proceedings of the ASIST Annual Meeting.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial, pespektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puspita, M. S. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1-13.
- Rakyat, D. P. (2018). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2018*.
- Saleh, M. (2016). Komunikasi dalam Kepemimpinan Organisasi.
- Soerjono Soekanto, B. S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar* . Jakarta: Rajawali Pers.
- VerishanErina Maharani, D. A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *e-Proceding of Management*.
- Widiastuti, S. (2018). *Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintahan* . Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- William D. Perreault, E. J. (2006). *Assentials Of Marketing: Global Managerial Approach*. Yogyakarta: Mc Graw Hill.