

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

Sinta Kumala Putri

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email: sintakumala033@gmail.com

Kayyis Fithri Ajhuri

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email: dikayyis@gmail.com

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

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

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

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

Pendahuluan

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

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

Berdasarkan uraian di atas Diskominfo Kabupaten Madiun dipandang sebagai salah satu perpanjangan pemerintah Indonesia yang memiliki tugas dan fungsi untuk melayani masyarakat dalam hal penyebaran informasi. Selain itu, Diskominfo Kabupaten Madiun harus mampu menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah dalam rangka mewujudkan penyebarluasan program atas sejumlah kebijakan Pemerintah, salah satunya melalui sosialisasi. Diskominfo Kabupaten Madiun mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data mengenai kegiatan dan program Pemerintah Kabupaten Madiun. Liputan data berupa siaran pers, foto dan video yang telah diproses akan dipublikasikan. Publikasi adalah informasi yang tidak dapat dikendalikan oleh suatu organisasi atau lembaga. Namun, harus melalui gate keeper seperti seperti jurnalis, reporter, editor, program directors dan lainnya yang menyeleksi (menolak atau menerima).¹

Pemerintah dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan sebuah inovasi pemanfaatan teknologi Pemerintah yang berperan sebagai layanan publik harus memberikan kemudahan terhadap akses pelayanan informasi yang berkualitas kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat bila tidak akurat, cepat, dan mudah, dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak informatif, dan tidak membumi. Disinilah tantangan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi, khususnya menyangkut pelayanan terhadap informasi publik.

¹ Diah Wardhani, *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi* (Graha Ilmu Yogyakarta, 2008), hal. 17.

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

Akun @pemkabmadiun sudah mempunyai 28.300 lebih followers di Instagram yang berisi masyarakat Kabupaten Madiun dan sekitarnya yang setiap harinya bertambah, Instagram merupakan media yang cepat dan massif dalam mengomunikasikan sesuatu. Followers tersebut berisi Masyarakat kabupaten madiun dan non-Madiun.² Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai pihak pertama yang bertanggung jawab dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat tentu harus lebih unggul dan cepat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terkait informasi yang ada di Kabupaten Madiun, karena hal itu maka Diskominfo Kabupaten Madiun harus lebih unggul dalam memberikan pelayanan dibandingkan dengan media informasi swasta lainnya.

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

Penelitian ini ingin mengkaji bagaimana implementasi kebijakan keterbukaan publik yang telah dilakukan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Madiun. khususnya pada pelayanan informasi publik, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pelayanan Informasi Masyarakat Melalui Instagram di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun”.

² Susi Yanti, “Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun” (IAIN Ponorogo, 2022), hal. 12.

Metode

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri memusatkan perhatiannya pada prinsip secara umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala sosial yang terjadi didalam masyarakat.³ Objek analisis dalam pendekatan kualitatif ini yaitu makna dari sebuah gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh sebuah gambaran mengenai kategori tertentu.

Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁴ Deskriptif ialah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu.⁵ Data yang dihasilkan oleh peneliti ini yaitu data kualitatif. Data yang bersifat kualitatif yaitu data yang menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁶

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kali ini antara lain dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data secara langsung melalui percakapan atau tanya jawab sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto.

Kajian Teori

a. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang didasari internet dengan memberikan kemudahan dalam menangkap dan berbagi aktivitas dalam bentuk foto, video, dan juga layanan jejaring sosial secara online.⁷ Foto maupun video yang disebarluaskan akan muncul di halaman (feed) pengguna lain yang menjadi pengikut (followers). Meskipun dijadikan tempat berbagi foto dan video, akan tetapi Instagram termasuk bagian dari media informasi dan komunikasi.

Peluncuran Instagram pertama kalinya hanya untuk platform IOS saja dan berlangsung sukses. Bahkan pada saat itu hanya mengandalkan viral marketing dan di hari pertama berhasil menjaring sebanyak 25 ribu pendaftar. Pada 13

³ Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 302.

⁴ moeleong lexy j, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 3.

⁵ Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), hal. 24.

⁶ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x* (Jakarta: Renika Cipta, 1996), hal. 234.

⁷ Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Bisnis, Hobi, & Desain Garfis* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021), hal. 2.

Oktober 2010, Instagram berhasil menjangkau 100 ribu pengguna, dan kemudian Kevin dan Mike dengan cepat untuk melakukan upgrade. Dalam kurun waktu yang relatif singkat, aplikasi Instagram termasuk ke bagian aplikasi teratas karena pada saat itu menjadi perbincangan publik dalam kurun waktu yang cukup lama

Pada 21 Desember 2010, Instagram berhasil menjangkau 1 juta pengguna. Dan pada 27 Januari 2011, akhirnya Instagram mengeluarkan fitur tagar (hashtag) untuk memenuhi keinginan penggunanya untuk menjumpai foto maupun video di pengguna lainnya. Di samping itu, pada 2 Februari 2011 Instagram menjangkau 1,75 juta pengguna dan postingan mendapatkan suka (like) 78 juta. Pada 15 Februari 2011, Instagram berhasil menghasilkan sejumlah US\$ 7 juta dari bermacam-macam pemilik modal, seperti Benchmark Capital, Jack Dorsey, Chris Sacca (melalui anggaran kapital), dan Adam D'Angelo. Menurut persetujuan, Instagram mendapatkan laba berkisar US\$ 25 juta. Kemudian 12 Juli 2011, pengguna Instagram hanya dalam kurun waktu 8 bulan dapat mencapai 5 hingga 100 juta postingan yang dibagikan melalui aplikasi Instagram. Kemudian pada 20 September 2011, Instagram berhasil mengumumkan versi 2.0 yang terbaru bersamaan dengan bertambahnya fitur siaran langsung, filter, kamera fokus otomatis, dan resolusi tinggi.⁸

Sama halnya dengan platform media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fitur menarik. Antara lain adalah beranda, explore, IGTV, pesan langsung, foto multiple, simpan/bookmark, Instagram story, arsip dan album foto. Adapun fitur lainnya yang membuat konten semakin berkembang, beragam, lebih menarik, dan memiliki makna yang kuat dalam mengikuti kebutuhan pasar digital dengan adanya fitur-fitur lain, diantaranya yaitu deskripsi (caption), tagar (hashtag), lokasi (geotagging). Walaupun Instagram dianggap sebagai tempat berbagi foto maupun video, namun Instagram juga termasuk jejaring sosial karena dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna. Fitur-fitur tersebut diantaranya pengikut, komentar, suka (like), sebutan, dan siaran langsung.

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah-olah menjadikan media sosial sebagai suatu kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu, pengguna memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya adalah ⁹ untuk mendapatkan informasi, menjalin silaturahmi, melakukan kegiatan sosial, branding dan juga promosi, selain manfaat media sosial Instagram juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Ada beberapa kelebihan dari Instagram yang membuatnya menjadi menarik untuk para

⁸ Widia Diningrum, "Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Sosial" (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020), hal. 28.

⁹ Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), hal. 12.

penggunanya. kelebihan tersebut, yaitu:¹⁰ Instagram merupakan aplikasi yang didistribusikan secara gratis dan tampilan photo yang di upload akan menjadi semakin menarik dan estetik serta tidak membosankan dengan menggunakan fitur edit photo yang disediakan oleh pihak Instagram. Selain kelebihan, setiap media sosial juga memiliki kelemahannya masing-masing. terdapat dua kelemahan yang dimiliki oleh Instagram, yaitu: spamming Menyampah (spamming) menjadi salah satu kelemahan yang ada di Instagram. Bagaimana tidak, orang akan dengan mudahnya memberikan komentar negatif bahkan cenderung kasar terhadap apa yang di upload pemilik akun melalui fitur kolom komentar yang tersedia di Instagram.¹¹ Berikutnya yaitu terbuka untuk semua jenis konten Akibat dari tidak adanya batasan bagi siapa yang akan menggunakannya, Instagram menjadi tidak luput dari konten-konten yang memiliki dampak negatif terhadap penggunanya yang biasa disebar oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

b. Pelayanan Informasi Masyarakat

Menurut Kamus Bahasa Indonesia Kata pelayanan berasal dari asal kata “layan” menjadi me-la-yani yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan oleh seseorang. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang ramah tamah, adil cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹² Dengan demikian pelayanan publik menurut Mahmudi adalah kegiatan pelayanan oleh penyelenggaraan layanan publik untuk pemenuhan kebutuhan publik.¹³

Pelayanan publik adalah sebuah kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan yang mana sifatnya tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi secara langsung antara seorang pelayan dan konsumen. Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang dan jasa.¹⁴

Hakikat pemerintahan adalah pelayanan kepada masyarakat. Salah satu hak dimiliki masyarakat adalah hak untuk memperoleh keterbukaan informasi publik terdapat tiga konsep didalam keterbukaan informasi publik yaitu, adalah: sistem negara yang demokratis (democratic state), pemerintahan yang terbuka (open government) dan pemerintahan yang baik (good governance).¹⁵ Segala

¹⁰ Enterprise, hal. 3.

¹¹ Rohmadi, hal. 12.

¹² Luh Damayanti, Kadek Suwena, dan Iyus Haris, “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat,” 11 (2019) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/20048>>.

¹³ Ni Riani, “Strategi Peningkatan Pelayanan Publik,” 1 (2021), hal. 30.

¹⁴ Aulia Solichah dan Iman Nurshotimah, *Pengawasan Pelayanan Publik* (Jakarta: Jejak Pustaka, 2021), hal. 1.

¹⁵ Rasyid Ryaas, *Desentralisasi dalam Menunjang Pembangunan Daerah dalam Pembangunan Administrasi di Indonesia* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1998), hal. 13.

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

Keterbukaan informasi yang berkembang dan kebutuhan informasi publik yang meluas akan mendorong semakin banyak lagi masyarakat yang memanfaatkan haknya untuk meminta informasi publik yang ingin diketahuinya. Keterbukaan juga memberikan kontribusi yang sangat besar dalam upaya penegakkan hukum dan pemberantasan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme. Karena publik dapat menjadi apatis dalam menyikapi upaya penegakkan hukum dan pemberantasan Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme sebagai akibat aparat penegak hukum yang seringkali tidak transparan dalam proses penegakkan hukum dan praktek tebang pilih.¹⁶

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

Berdasarkan data atau fakta empiris tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik di Indonesia masih belum optimal. Kualitas pelayanan publik yang belum optimal sebagaimana harapan Masyarakat, dapat mengurangi esensi tujuan pemerintah untuk mewujudkan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Untuk itu salah satu upaya yang harus segera dilakukan dalam mewujudkan pelayanan publik yang baik dan prima adalah mengoptimalkan keterbukaan informasi publik di dalam penyelenggaraan pelayanan public.

c. Dinas Komunikasi dan Informatika

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) merupakan instansi yang bergerak di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi telekomunikasi, serana komunikasi dan deseminasi informasi, telematika, serta pengolahan data elektronik. Diskominfo juga mempunyai fungsi mengkoordinasikan dan pembinaan Operasional Perangkat Daerah (OPD) dan melaksanakan tugas lain dari Kepala Daerah sesuai tugas pokok dan fungsinya.¹⁷ Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah, yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintah

¹⁶ Agus Dwiyanto, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gajah Mada Pers, 2005), hal. 194.

¹⁷ Winarno Sugeng dan Septiem Mery, "Analisis Jaringan Komputer Dinas Komunikasi Dan Informatika," *Jurnal Informatika*, 3.1 (2012), hal. 31.

daerah di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan atas desentralisasi dan tugas bantuan.

Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika membantu Bupati menyiapkan bahan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Kabupaten Madiun di bidang komunikasi dan informasi serta tugas pembantuan.¹⁸ Selain itu Diskominfo juga menyelenggarakan fungsi 1)Perumusan Kebijakan di bidang komunikasi dan Informasi, 2)Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi dan informasi., 3)Pelaksanaan administrasi dinas di bidang komunikasi dan informasi., 4)Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

d. Teori Uses And Gratification

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

Telah diketahui dalam tradisi studi media bahwa penelitian penggunaan dan kepuasan tidak menawarkan teori penggunaan media apa pun. Selain itu, Uses and gratification dipahami sebagai seperangkat konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Uses and gratification lebih berorientasi pada psikologis dalam arti merupakan cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media.¹⁹ Griffin (2018) mengatakan bahwa ada typology (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut teori uses and gratification: 1)Passing time sebagai upaya untuk mengisi waktu luang., 2))Companionship untuk mendapatkan teman atau partner yang baru. , 3)Escape untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah., 4)Enjoyment untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan., 5)Social Interaction untuk menciptakan hubungan dengan orang lain., 6)Relaxation sebagai tempat untuk relaksasi, membuat diri menjadi lebih santai., 7)Information untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap up-to-date., 8)Excitement untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan.²⁰ Dengan kata lain, pemirsa menggunakan media karena didasarkan pada motif tertentu. Perbedaan pola pemilihan media pada akhirnya menyebabkan perbedaan pola terpaan media dan pengaruhnya.

¹⁸ Diskominfo Kabupaten Madiun, "Tugas Pokok dan Fungsi," 2020 <<https://diskominfo.madiunkab.go.id>> [diakses 27 Februari 2024].

¹⁹ Abelrman Robert, *Religious Television Uses and gratifications* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1987), hal. 293.

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

Salah satu riset Uses and Gratifications yang saat ini berkembang adalah tidak hanya memfokuskan pada motif sebagai 44etika44d 44etika44dent yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). GS (Gratification Sought) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan 44etika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Sedangkan GO (Gratification Obtained) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.²¹

Analisis dan Pembahasan

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

1. Media Branding Pemerintah.

Pada era perkembangan teknologi saat ini telah memberikan banyak alternatif lain bagi pemerintah dalam melaksanakan kegiatan bersosialisasi dan berinteraksi dengan masyarakat. berkat adanya kemudahan dan keleluasan yang disediakan oleh Instagram, diskominfo kabupaten madiun berinisiatif untuk membuat akun Instagram @pembkabmadiun dengan tujuan membangun citra lembaga yang baik dimata masyarakat dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang diberikan. Dan hal itu membuahkan hasil yang baik dilihat dari antusiasme masyarakat dalam merespon berbagai informasi yang disampaikan melalui Instagram dengan komentar komentar yang baik. Selain itu ini juga merupakan penerapan dari Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai transparansi politik dan proses administrasi pengelolaan suatu instansi.

2. Media penyebaran informasi.

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

²¹ M Krisyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 45.

yang digunakan untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya.²²

3. Media Promosi

Sebagai upaya untuk pengoptimalisasian, akun @pembkabiadiun akan selalu berusaha untuk memaksimalkan informasi melalui kehadiran konten yang nantinya akan disebarluaskan untuk ikut terlibat dan terus mengikuti perkembangan yang dilakukan oleh publik, serta membantu proses penyampaian informasi menjadi lebih baik dan beragam. Diskominfo Kabupaten Madiun sebagai Pihak pengelola akun Instagram @pembkabiadiun konsisten dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga inovasi yang dilakukan sangat luas, seperti kegiatan memperkenalkan produk UMKM maupun perusahaan swasta yang melaksanakan kegiatan maupun memiliki nilai berita yang baik selama masih dalam lingkup Kabupaten Madiun.

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

1. Caption

Menyampaikan Informasi tentu harus menyertakan keterangan yang valid mengenai berita yang disajikan baik berita berupa foto maupun video. Dalam hal itu akun instagram @pembkabiadiun menggunakan fitur caption untuk menjelaskan kronologi atau runtutan berita yang disajikan. Dalam menulis caption akun instagram @pembkabiadiun selalu melibatkan unsur 5W+1H agar menyampaikan inti dari informasi yang di gali, serta informasi yang didapatkan juga lengkap untuk menghindari kesalahan tafsir dari masyarakat.

2. Instagram Post (Feed)

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

²² Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hal. 57.

3. Instagram Reels

Format informasi yang dapat disampaikan melalui Instagram sangat beragam tidak hanya foto saja. Maka dari itu akun Instagram @pembkabmadiun juga mengemas informasinya ke dalam sajian video pendek berdurasi 30 detik sampai 1 menit untuk memperjelas isi informasi yang disampaikan sekaligus agar menjadi sajian yang berbeda dimata masyarakat. sehingga konten yang diberikan tidak monoton dan itu itu saja sehingga masyarakat pun dapat lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan.

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

1. Organizing (Pengorganisasian)

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

2. Directing (Pengarahan)

Setiap konten yang diunggah melalui akun Instagram @pembkabmadiun pasti melalui persetujuan dari pimpinan terlebih dahulu, namun hanya terkhusus untuk konten tertentu saja seperti konten yang berkaitan dengan pihak lembaga lain sehingga membutuhkan persetujuan pimpinan agar konten yang diupload tidak menimbulkan kesalahpahaman. Sedangkan untuk konten hariannya, biasanya fleksibel saja sesuai dengan konteks berita yang sedang dikerjakan. Untuk perihal pendapat atau arahan bersifat fleksibel siapa saja dapat memberikan masukan.

3. Controlling (Pengendalian)

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

Kesimpulan

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

1. Motif penggunaan akun Instagram @pemkabmadiun sebagai sarana informasi, yaitu sebagai media branding pemerintah, sebagai media informasi dan media promosi. Motif media branding pemerintah ada karena sebagai pihak yang bertanggung jawab menyebarkan berbagai informasi kepada masyarakat, pemerintah harus mampu pula membangun hubungan baik dengan masyarakat maupun pihak lain. Kedu Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @pemkabmadiun sebagai media menyampaikan informasi kepada Masyarakat. sedangkan Motif sebagai media promosi dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @pemkabmadiun sebagai media mempromosikan atau memperkenalkan berbagai potensi daerah Kabupaten madiun mulai dari kekayaan wisata, budaya dan UMKM nya.
2. Bentuk informasi yang disampaikan melalui Instagram terbilang mengikuti perkembangan trend terbukti dengan setiap postingannya fokus untuk menyebarluaskan informasi memakai model berita yang dikemas ke beberapa jenis segmen ke dalam bentuk foto, video, infografis, dan deskripsi (caption) untuk memperjelas maksud dan isi informasi. Sedangkan isi informasi yang disampaikan berupa informasi terkait kebijakan pemerintah, berita terkini, infografis bermanfaat, dan eksplora kekayaan daerah di Kabupaten Madiun
3. Proses pengelolaan Instagram @pemkabmadiun meliputi pertama pengorganisasian yaitu pembentukan tim kerja yang berfungsi mengolah bahan berita dengan baik, kedua pengarahan yaitu hubungan baik antara pimpinan dengan staff atau tim yang mengelola Instagram apabila terdapat beberapa konten yang kurang tepat maka pimpinan dapat langsung mengkoordinasikannya dengan seluruh tim, ketiga pengendalian yaitu memisahkan fokus kerja tim pengelola Instagram sebagai Upaya memaksimalkan kinerja pengelolaan Instagram @pemkabmadiun.

Referensi

Buku:

- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x* (Jakarta: Renika Cipta, 1996)
- Burhan, Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Damayanti, Luh, Kadek Suwena, dan Iyus Haris, "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat," 11 (2019)
<<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/20048>>
- Diah Wardhani, *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi* (Graha Ilmu Yogyakarta, 2008)
- Diningrum, Widia, "Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Sosial" (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020)
- Diskominfo Kabupaten Madiun, "Tugas Pokok dan Fungsi," 2020
<<https://diskominfo.madiunkab.go.id>> [diakses 27 Februari 2024]
- Dwiyanto, Agus, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gajah Mada Pers, 2005)
- Em, Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition* (Boston: McGraw-Hill, 2018)
- Enterprise, Jubilee, *Instagram untuk Bisnis, Hobi, & Desain Garfis* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021)
- Husein, Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009)
- Krisyantono, M, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- lexy j, moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007)
- Riani, Ni, "Strategi Peningkatan Pelayanan Publik," 1 (2021)
- Robert, Abelrman, *Religious Television Uses and gratifications* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1987)
- Rohmadi, Arif, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016)
- Ryaas, Rasyid, *Desentralisasi dalam Menunjang Pembangunan Daerah dalam Pembangunan Administrasi di Indonesia* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 1998)
- Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Kanisius, 2007)
- Solichah, Aulia, dan Iman Nurhotimah, *Pengawasan Pelayanan Publik* (Jakarta: Jejak Pustaka, 2021)
- Sugeng, Winarno, dan Septiem Mery, "Analisis Jaringan Komputer Dinas Komunikasi Dan Informatika," *Jurnal Informatika*, 3.1 (2012)
- Yanti, Susi, "Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun" (IAIN Ponorogo, 2022)

