

PENGELOLAAN INSTAGRAM @ PEMKAB_GARUT SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT KABUPATEN GARUT

ANGGI MAULANA, SUTISNA
tisnasenaptai@gmail.com,

Abstract

Garut Regency Government uses the Instagram account @pembkab_garut to publish the activities of the Garut Regency government. This activity is a form of public relations activity through communication technology-based communication media, but only to show their presence online. Therefore, this study aims to determine the media planning process for the content of messages in the @pembkab_garut Instagram account, to find out public feedback on information in the @pembkab_garut Instagram account, and to find out the evaluation of the @pembkab_garut Instagram content. This study used descriptive qualitative method. Data collection was carried out by observation, interviews and literature study. The results showed that: 1. the information presented by the @pembkab_garut account to the public was not in accordance with the basic elements of a communication strategy, namely determining communication objectives, determining communication targets, determining the message to be conveyed. 2. The contents of the messages in the @pembkab_garut Instagram account are incomplete by using formal language which gives a stiff impression, so that it doesn't attract the attention of its own followers, because it does not consider rational attractiveness, emotional appeal, and moral appeal. 3. The evaluation carried out by the @pembkab_garut account manager has not paid attention to the updating of information content, completeness of information content, clarity of information content, accuracy of information content, objectivity in content, and providing accountable information.

Key Words: Social Media, Instagram, Government Public Relations

Pendahuluan

Media sosial menggeser posisi media online dan media lainnya sebagai sumber informasi. Sifat media sosial berbeda dengan media online atau media lainnya.

Komunikasi dalam media sosial bersifat dua arah. Komunikator sebagai penyampai informasi dan komunikan sebagai penerima informasi dapat bertukar peran dalam waktu bersamaan. Sifat itulah yang

membuat media sosial banyak digunakan. Salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan adalah Instagram.

Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan instagram hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru (Nasrullah, 2015: 1). Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar pengguna telah mengubah cara interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.

Instagram semakin berkembang, digunakan dari mulai sebagai media hiburan, sebagai media jualan bahkan sebagai media branding yang cukup meyakinkan baik untuk tujuan komersil ataupun non komersil. Perempuan pengguna Instagram 50,8 persen, laki-laki 49,2 persen. Rentang usia pengguna Instagram adalah 13-17 tahun, 18-24 tahun, 25-34 tahun, 35-44 tahun, 45-54 tahun, 55-64 tahun sampai usia 65 tahun lebih. Pengguna Instagram terbesar di Indonesia adalah di rentang usia 18-24 tahun, yaitu 23.000.000 orang. 59% pengguna instagram aktif online berusia 18-29 tahun (<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/.../20197>) (diakses 2 Mei 2020).

Dari sudut pandang pengelolaan pemerintahan dibutuhkan adanya komunikasi dua arah antara pemerintah dengan penduduknya. Selama ini

hubungan birokrasi pemerintahan sering menjadikan pemerintah dan masyarakatnya mempunyai jarak. Media sosial ini akhirnya menjadi ruang siber atau cyberspace yang menjadikan pemerintah tersebut dekat dengan masyarakatnya (Nasrullah, 2014: 107). Dengan demikian, salah satunya instagram menjadi medium yang bagus di era visual ini, sebagai sarana berbagi informasi, kebijakan, kekayaan alam, budaya, kuliner dan segala macam tentang kota tersebut.

Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil memerintahkan setiap dinas untuk membuat akun media sosial. Tujuannya agar semua dinas responsif dan cepat tanggap terhadap keluhan masyarakat. Media sosial yang dibuat, harus dikelola dengan serius. Dengan tujuan yang sama, Ridwan Kamil pun mengajak setiap walikota dan bupati di Jawa Barat membuat akun di media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat di wilayahnya masing-masing. (<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4215640/ridwan-kamil-perintahkan-setiap-dinas-punya-akun-medsos>, diakses 2 Mei 2020).

Merespon hal itu, Pemerintah Kabupaten Garut turut memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram sebagai media penyampai informasi kegiatan-kegiatan pemerintahannya. Pemerintah Kabupaten Garut memiliki akun instagram dengan nama akun @pembkab_garut. Akun tersebut dikelola secara resmi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Garut. Pengikut akun instagram @pembkab_garut sudah mempunyai lebih dari 24.600 *followers* (akses 5 Juni 2020) yang setiap harinya bertambah, instagram merupakan media yang cepat dalam mengomunikasikan sesuatu. *Followers* tersebut berisi orang Kabupaten Garut dan Non Kabupaten

Garut. Setiap harinya akun @pemkab_garut memposting informasi yang disampaikan dalam akun instagram @pemkab_garut adalah kegiatan-kegiatan di lingkungan pemerintahan Kabupaten Garut. Kegiatan Bupati, Wakil Bupati, Dinas-Dinas, dan perangkat pemerintahan lainnya. Ada sekitar 2532 informasi yang sudah diposting di akun tersebut.

Kegiatan penyuluhan kepada masyarakat, mengajak seluruh masyarakat untuk jalan sehat bersama Bupati Garut, seminar kewirausahaan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Garut, *job fair* bursa tenaga kerja Pendopo Kabupaten Garut, pemerintah Kabupaten Garut menggelar upacara hari jadi Garut, tentu masih banyak lagi potensi yang dimiliki Kabupaten Garut. Juga salah satu agenda Kabupaten Garut seperti Gebyar Pesona Garut 2018 merupakan yang ke-16 kali diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Garut secara berturut-turut setiap tahun. Tujuan lain kegiatan itu adalah mendorong pertumbuhan ekonomi industri kreatif. Menurut Deputy Pemasaran I Kementerian Pariwisata I Gde Pitana, Gebyar Pesona Budaya Garut 2018 berhasil masuk ke dalam kalender 100 Wonderful Event Nasional 2018. Sebuah agenda yang akan menjadi tujuan wisata di Indonesia, yang akan menjadi agenda tahunan pemerintah Kabupaten Garut.

Dari sisi humas pemerintahan, pejabat Humas Pemerintah harus bisa menyampaikan kebijakan dan program pemerintah dengan jelas dan sederhana sehingga mudah dipahami masyarakat. Ia bukan sekadar harus bisa menyampaikan sebuah kebijakan atau program, melainkan latar belakang mengapa tindakan itu diambil, apa tujuannya, dan apa pentingnya bagi masyarakat. Hanya dengan cara seperti ini masyarakat bisa memahami,

menerima, mendukung, dan berperan serta dalam kebijakan dan program yang dijalankan (Kurniasih, 2013. <https://www.researchgate.net/publication/308513901>, diakses 2 Mei 2020).

Instagram adalah salah satu aplikasi berbasis *Computer Mediated Communication* (CMC). CMC merupakan proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, dimana proses tersebut memanfaatkan media untuk tujuan-tujuan tertentu (Nasrullah, 2013: 92). Khalayak berbasis CMC, salah satunya para pengguna akun instagram disebut sebagai masyarakat multimedia (*cyber society*).

Pemerintah Kabupaten Garut menggunakan instagram sebagai media sebagai media komunikasi dan informasi agar penyampaian informasi tersampaikan kepada masyarakat, di sisi lain masyarakat menggunakan instagram dan menjadi *follower* akun instagram @pemkab_garut untuk memperoleh informasi dari pemerintahnya. Kedua belah pihak sama memanfaatkan media berbasis CMC untuk saling berinteraksi.

Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif karena penulis ingin menggambarkan atau melukiskan fakta-fakta atau keadaan ataupun gejala yang tampak dalam pengelolaan akun instagram @pemkab_garut.

Hasil dan Pembahasan

Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang belandaskan pada saling pengertian “(Jefkins, 2003: 9). Kegiatan *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi. Seorang *Public Relations Officer* bertanggung jawab terhadap aktivitas komunikasi di lembaganya sebab komunikasi yang baik akan menciptakan pengertian yang baik. *Public Relations* dapat menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap perusahaan atau lembaga atau bahkan individu yang bersangkutan.

Public Relations harus memiliki dasar yang kuat setiap akan memulai pekerjaannya. Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149) membagi proses kerja *Public Relations* menjadi 4 tahap yang berkesinambungan, antara lain: *planning, fact finding, action and communication, dan evaluation*.

a. Proses Perencanaan Media untuk Isi Pesan dalam Akun Instagram @pembkab_garut

Informasi yang disuguhkan akun @pembkab_garut kepada masyarakat bukan sebagai opini untuk konsumsi publik namun berasal dari data dan fakta di lapangan. Namun, isi pesan yang disampaikan terfokus pada kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan sebelumnya oleh pemerintahan Kabupaten Garut, yaitu kegiatan dan berbagai aktivitas Bupati dan Wakil Bupati Garut. *Follower* hanya mengetahui aktivitas pemimpinnya saja. Masyarakat Kabupaten Garut tidak

akan banyak mengetahui aktivitas di Dinas-Dinas atau SKPD lainnya. Selain itu informasi-informasi yang disajikan dalam lebih banyak bersifat seremonial tanpa menjelaskan maksud dan tujuan kegiatannya.

Tujuan menyampaikan informasi melalui akun instagram @pembkab_garut adalah sebagai bentuk transparansi pemerintah Kabupaten Garut kepada warga masyarakatnya. Namun bila melihat isi pesan informasi yang disampaikan dalam akun instagram @pembkab_garut tidak banyak memberikan penjelasan mengenai suatu aktivitas secara rinci atau bahkan garis besar informasi itu sendiri. Isi pesannya hanya sekedar menceritakan suatu kegiatan tanpa menjelaskan maksud dan tujuannya, sehingga tidak jelas apa yang dimaksud transparansi karena yang tampak adalah kegiatan seremonial Bupati dan Wakil Bupati.

Oleh karena itu, opini yang berkembang di masyarakat terhadap informasi yang disampaikan dalam akun @pembkab_garut dinilai sebagai seremoni untuk tujuan pencitraan pemerintah belaka, sehingga sikap dan perilaku masyarakat terhadap pemerintah kabupaten Garut hanya mengkritisi kegiatan-kegiatan dan aktivitas bupati atau wakil bupati yang tidak menyentuh keinginan atau kebutuhan informasi yang diinginkan masyarakat Garut.

Dalam komunikasi pemerintahan, setiap kegiatan komunikasi harus berdasarkan rencana atau strategi komunikasi yang terdiri dari elemen-elemen dasar, yaitu:

- Menentukan tujuan komunikasi.

Tujuan komunikasi pemerintah kabupaten Garut melalui Dinas Komunikasi dan Informasi adalah menyampaikan informasi mengenai

kegiatan-kegiatan dan aktivitas-aktivitas yang dilakukan Bupati, Wakil Bupati, Sekretaris Daerah Garut, Kepala-Kepala Dinas, dan seluruh elemen pemerintahan Kabupaten Garut.

- Menentukan target komunikasi.
Target khayalak yang dituju adalah seluruh masyarakat Kabupaten Garut khususnya dan masyarakat luar Garut pada umumnya.
- Menentukan pesan yang akan disampaikan.
Pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah kegiatan-kegiatan pemerintah Kabupaten Garut baik dalam mengenai pembangunan, pengembangan, pelayanan.
- Menentukan waktu yang tepat berdasarkan tahapan pembuatan keputusan dalam rangka mencapai efek yang maksimum.
Waktu penyampaian pesan disesuaikan dengan kapan kegiatan-kegiatan dan aktivitas-aktivitas pemerintahan Kabupaten Garut berlangsung.
- Menentukan metode dan media yang akan digunakan.
Metode penyampaian pesan adalah dengan cara menyampaikan informasi melalui media-media yang dimiliki pemerintah Kabupaten Garut, khususnya melalui media sosial yang dikelola Dinas Komunikasi dan Informasi.
- Menentukan saluran komunikasi yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran.
Pemerintah Kabupaten Garut, melalui Dinas Komunikasi dan Informasi menentukan bahwa media yang digunakan untuk menyampaikan informasi adalah media sosial yang dikelola Kabupaten Garut, khususnya melalui media sosial yang dikelola

Dinas Komunikasi dan Informasi, khususnya instagram dengan nama akun @pemkab_garut (<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemerintahan>)

b. Feedback Masyarakat Terhadap Informasi Dalam Akun Instagram @pemkab_garut

Meskipun menggunakan media sosial yang sifatnya *realtime* tetapi pengelola akun (admin) instagram @pemkab_garut tampaknya tidak menyebarkan informasi dengan segera karena terdapat kendala yaitu proses dari mulai liputan, mengirim hasil liputan, sampai dengan mengolah informasi yang membutuhkan waktu. Dengan demikian, dalam mengelolanya admin membutuhkan waktu cukup lama untuk sampai dengan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat.

Sementara itu, isi pesan yang disampaikan melalui akun @pemkab_garut dapat dikatakan tidak memiliki daya tarik, baik daya tarik rasional, daya tarik emosional, atau daya tarik moral. Menurut Kotler (2002: 125-127) menyusun pesan yang efektif harus mempertimbangkan:

- Daya tarik rasional yang berhubungan dengan ketertarikan diri atau minat pribadi khalayak. Hal tersebut memperlihatkan bahwa informasi yang disajikan dalam akun @pemkab_garut akan menghasilkan manfaat yang diinginkan khalayak.
- Daya tarik emosional yang mengarah pada emosi positif atau negatif yang muncul dari khalayak terkait isi pesan yang disampaikan. Sementara informasi-informasi yang disampaikan dalam akun @pemkab_garut kurang memiliki daya tarik emosional bagi warganya atau bagi *follower*-nya. Hal itu dikarenakan informasi yang

tersaji banyak bersifat seremonial sehingga dapat dikatakan emosi negatif masyarakat yang muncul yaitu salah satunya yang menyebutkan bahwa informasi-informasi yang tersaji dalam akun @pembkab_garut hanya sekedar pencitraan bupati atau wakil bupati.

- Daya tarik moral yang mengarah pada apa yang dianggap khalayak pantas, benar atau salah. Dalam hal ini, informasi yang tersaji dalam akun @pembkab_garut dapat dikatakan kurang mengandung daya tarik moral yang baik bagi masyarakat karena informasinya kurang menyentuh kebutuhan masyarakat akan informasi.

Selain itu, dalam menyajikan informasi, tampaknya pengelola akun @pembkab_garut pun kurang memperhatikan struktur pesan, yaitu argumen yang mengedepankan kekuatan, manfaat dari kegiatan-kegiatan pemerintah bagi masyarakat Garut, bahkan informasi yang disampaikan tidak memaparkan adanya pengakuan tentang kekurangan pemerintahan. Sedangkan dari sisi format pesan, pesan sudah menggunakan kebaruan (*novelty*), menyajikan gambar yang *eye-catching*, dan terdapat *headlines*.

c. Evaluasi Konten Akun Instagram @pembkab_garut

Secara umum isi pesan yang disajikan akun instagram @pembkab_garut kurang informatif dan tidak menjawab kebutuhan informasi masyarakat. Masyarakat Kabupaten Garut menginginkan informasi yang dapat menjawab kebutuhannya akan informasi, seperti lapangan kerja, kemudahan birokrasi, perbaikan jalan dan sebagainya yang dirasakan langsung oleh seluruh masyarakat Kabupaten Garut.

Sementara itu, sebagai media informatif,

akun instagram @pembkab_garut mungkin dapat dikatakan cukup informatif namun dari sisi isi pesannya informasi tidak lengkap dan hanya sebatas menyampaikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan Bupati dan Wakil Bupati yang sifatnya seremonial sehingga mengundang kritik atau respon negatif.

Adanya kritik berarti ada respon dari masyarakat yang memberi masukan (*input*) kepada pengelola akun @pembkab_garut untuk mengevaluasi penyajian informasinya. Evaluasi perlu dilakukan agar permasalahan atau hambatan yang ada dapat diatasi dan dipecahkan serta menciptakan hubungan yang harmonis di antara masyarakat Garut dengan Pemerintah Kabupaten Garut.

Memperhatikan apa yang tersaji dalam akun @pembkab_garut, bertambahnya jumlah follower dari waktu ke waktu tidak membuat isi pesan mengalami perbaikan. Mungkin bagi pengelola, bertambahnya jumlah *follower* dijadikan indikator bahwa isi pesan yang disajikan dalam akun @pembkab_garut sudah dianggap atau dinilai baik. Padahal mengacu pada Kotler (2002: 125-127) mengenai penyusunan pesan yang efektif, isi pesan yang tersaji di dalam akun @pembkab_garut tidak mengandung daya tarik emosional, daya tarik rasional, dan daya tarik moral, serta kurang memperhatikan struktur pesan dan format pesan.

Oleh karena itu, pengelola akun @pembkab_garut melakukan evaluasi sambil berjalan dengan cara teknik evaluasi konten berita/informasi (dalam Sahnassari & Jumino, 2019: 363), antara lain:

Pertama, keterbaruan konten informasi, dengan memperlihatkan kapan informasi itu diunggah serta dalam fitur informasi terkini memperlihatkan perkembangan berita apa saja saat ini.

Kedua yaitu kelengkapan konten informasi, alam konten foto dan video yang akan diposting harus dapat menjawab informasi apa, dimana terjadi, kapan berlangsung, mengapa terjadi dan bagaimana bisa terjadi dilengkapi dengan gambar, video dan audio visual.

Ketiga, kejelasan konten informasi, kejelasan dalam gambar dan audio visual harus jelas dan sesuai dengan isi informasi yang diberikan.

Keempat, akurasi konten informasi, mengakur dan mengatur mana konten yang layak dan paling bagus untuk ditampilkan paling depan.

Kelima, objektivitas dalam konten, yaitu informasi apapun tidak boleh sekedar menggiring opini, namun betul-betul memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Keenam, memberikan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan, yaitu informasi yang disampaikan sesuai dengan fakta di lapangan.

Kesimpulan

Simpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Setiap kegiatan komunikasi pemerintahan harus berdasarkan rencana atau strategi komunikasi yang terdiri dari elemen-elemen dasar, yaitu menentukan tujuan komunikasi, menentukan target komunikasi, menentukan pesan yang akan disampaikan, menentukan waktu yang tepat berdasarkan tahapan pembuatan keputusan, menentukan metode dan media yang akan digunakan, menentukan saluran komunikasi yang akan digunakan untuk menyampaikan

pesan kepada target sasaran. Tujuan Pemerintah Kabupaten Garut menyampaikan informasi melalui akun instagram @pemkab_garut adalah sebagai bentuk transparansi pemerintah Kabupaten Garut kepada warga masyarakatnya, namun bila melihat isi pesan informasi yang disampaikan dalam akun instagram @pemkab_garut tidak banyak memberikan penjelasan mengenai suatu aktivitas secara rinci atau bahkan garis besar informasi itu sendiri. Isi pesannya hanya sekedar menceritakan suatu kegiatan tanpa menjelaskan maksud dan tujuannya, sehingga tidak jelas apa yang dimaksud transparansi karena yang tampak adalah kegiatan seremonial Bupati dan Wakil Bupati

b. Pesan yang efektif harus mempertimbangkan daya tarik rasional yang berhubungan dengan ketertarikan diri atau minat pribadi khalayak, daya tarik emosional yang mengarah pada emosi positif atau negatif yang muncul dari khalayak terkait isi pesan yang disampaikan, serta daya tarik moral yang mengarah pada apa yang dianggap khalayak pantas, benar atau salah. Sementara isi pesan-pesan dalam akun instagram @pemkab_garut informasinya kurang lengkap dengan menggunakan bahasa formal yang memberikan kesan kaku, sehingga kurang menarik perhatian *follower*-nya sendiri. Isi pesannya hanya sekedar menceritakan suatu kegiatan tanpa menjelaskan maksud dan tujuannya. Padahal *follower* atau masyarakat Garut memerlukan informasi yang lengkap tentang suatu kegiatan.

c. Sebagai media informatif, akun instagram @pemkab_garut cukup informatif namun dari sisi isi pesannya

informasi tidak lengkap dan hanya sebatas menyampaikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan Bupati dan Wakil Bupati yang sifatnya seremonial sehingga mengundang kritik atau respon negatif. Follower pun menyampaikan kritik, dan disambut pengelola akun @pembkab_garut dengan melakukan evaluasi.

Namun, evaluasi yang dilakukan belum memperhatikan keterbaruan konten informasi, kelengkapan konten informasi, kejelasan konten informasi, akurasi konten informasi, objektivitas dalam konten, dan memberikan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan.

Daftar Pustaka

- Canel, M. J. and Sanders, K. 2011. 'Government Communication', International Encyclopedia of Communication Online, Wiley Blackwell.
- Flew, Terry. 2003. New Media: An Introduction. Oxford University Press; 2 edition
- Hasan, Erlina, 2005. Komunikasi Pemerintahan. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Irwansyah. 2012. Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi. Jakarta: Kencana Predana Media Grup.
- Jefkins, Frank. 2003. Public Relations Edisi kelima, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Penerjemah: Hendra Teguh, dkk. Jakarta: Prenhallindo.
- Nasrullah, Rulli. 2013. Cybermedia. Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, Rosady. 2010. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Surachman, Akhmad Yani. 2019. Komunikasi Internasional (Edisi 3). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel and Alice Tomic. 2004. Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet. (California : SAGE Publications)
- Wood, Andrew F. dan Smith, Matthew J.. 2005. Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Sumber lain:
- Kurniasih, 2013. <https://www.researchgate.net/publication/308513901>, diakses 2 Mei 2020.
- Windra Irawan. 2015. Jurnal Komunikasi Indonesia, Volume IV Nomor 1 April 2015. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/.../20197> (diakses 2 Mei 2020).