

## **BAB IV**

### **MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA UTAMA PENYAMPAIAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI DIGITAL**

Bab ini menjelaskan analisis mengenai Pemberian Pelayanan Informasi Publik Berbasis Computer Mediated Communication di Pemkot Pekalongan yang dilakukan sub Bagian Dokumentasi dan Pemberitaan Humas Pemerintah Kota (Pemkot) Pekalongan. Analisis temuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktifitas pemberian pelayanan informasi publik berbasis computer mediated communication di Pemkot Pekalongan seiring dengan kemajuan teknologi dan era disrupsi yang mengandalkan pada kecepatan, ketepatan dan efisiensi kegiatan komunikasi pemerintah Kota Pekalongan.

Humas Pemkot Pekalongan merupakan bagian instansi pemerintahan yang berperan besar dalam pembangunan di bawah koordinasi dan tanggung jawab Walikota sebagai pemimpin tertinggi di Kota Pekalongan. Dalam melaksanakan tugasnya Pemkot Pekalongan memiliki fungsi diantaranya penyusunan kebijakan, pemerintah daerah, koordinasi pengelolaan keuangan daerah, koordinasi pelaksanaan tugas instansi pemerintah daerah, penyusunan program kerja, hingga melakukan implementasi strategis kegiatan yang sudah direncanakan sebelumnya. Tugas Humas dalam konteks penyelenggara pelayanan publik utamanya adalah dokumentasi dan pemberitaan fungsi tersebut sangatlah diperlukan dalam menunjang kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai bentuk transparansi sesuai dengan Undang-undang No. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik.

Informasi dan komunikasi berada di garda paling depan dalam sebuah manajemen Pemerintahan. Karena melalui informasi dan komunikasi tersebut keputusan, kebijakan, program, dan penerapan program oleh pemerintah yang berefek sangat luas kepada masyarakat dapat diketahui dan bila perlu diharapkan ada keterlibatan masyarakat. Penolakan terhadap program pemerintah yang nyata bermanfaat bagi kepentingan umum, konflik dan banyak sekali kesalahpahaman yang terjadi antara masyarakat dengan pemerintah disebabkan karena kurangnya informasi yang akurat, serta banyaknya kabar yang beredar di masyarakat yang isinya tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya atau hoax.

Menurut Lee Mordecai dalam (Suprawoto, 2018:51) Idealnya seorang humas Pemerintah mampu melakukan komunikasi secara timbal balik dengan masyarakat. Oleh sebab itu humas Pemerintah dalam berinteraksi harus menjadi pendengar yang baik terhadap segala pesan dari masyarakat baik itu hal-hal yang baik maupun sebaliknya. Respon terhadap aspirasi masyarakat sangat diperlukan untuk memastikan bahwa Pemerintah memiliki kepedulian untuk mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat. Media sosial merupakan alat yang tepat digunakan oleh Humas saat ini terutama dalam menjangkau publik yang luas. Hal ini juga sesuai dengan Undang-undang keterbukaan informasi publik yang menuntut untuk memberikan informasi secara cepat, tepat waktu, dan biaya ringan. Humas mempunyai peran signifikan dalam membentuk relasi yang baik dengan publik, salah satu upaya untuk mengurangi salah satu penilaian negatif atau prasangka dapat dilakukan melalui penggunaan media sosial untuk menjembatani komunikasi antara instansi dengan pemangku kepentingan yang relevan.

Humas Pemkot Pekalongan menggunakan Computer Mediated Communication (CMC) yang dijadikan sebagai sarana dalam memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah seperti youtube, instagram, facebook, twitter, website, e-mail, dan whatsapp. Dari banyaknya media yang digunakan, sosial media menjadi media yang paling sering digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi, Media Sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui “sharing” informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas virtual (Ahlqvist, Back, A., Halonen, 2008 : 288). Media sosial merupakan “sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideology dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan orang secara mobile dapat menciptakan dan bertukar konten (Kaplan, Haenlein, 2010:288). Merujuk pada konsep diatas Pemerintah Kota Pekalongan mempunyai kesadaran yang tinggi untuk menggunakan media sosial dengan fiturnya untuk berinteraksi yang menasar kelompok masyarakat yang menyenangkan atau keterlibatan dengan sosial media tinggi. Serta membidik kelompok masyarakat yang lebih senang bergabung dengan masyarakat virtual, update data terkini serta menciptakan komunitas virtual yang kuat dan mempengaruhi opini publik. Hal ini sesuai dengan tujuan humas Pemerintahan menurut Lee Mordecai dalam (Suprawoto, 2018:51) yang menyatakan bahwa tujuan humas Pemerintah adalah melaporkan kepada masyarakat setiap kegiatan yang dilakukan Pemerintah melalui berbagai media, baik media tatap muka, cetak, elektronika, maupun media baru seperti website. Oleh sebab itu, seluruh media termasuk website dan media lainnya harus dikelola dengan baik sehingga dapat dijadikan media informasi dan komunikasi bagi masyarakat. Humas Pemerintah harus memastikan hal ini berjalan dengan baik.

Media sosial Instagram merupakan media yang paling utama digunakan Pemkot Pekalongan dalam memberikan pelayanan informasi kepada publiknya. Hal ini juga sesuai dengan hasil kuesioner yang diisi oleh masyarakat Pekalongan dimana sebanyak 60% mengatakan sangat setuju bahwa sumber informasi mengenai Pemkot Pekalongan didapatkan melalui media sosial instagram. Rata-rata melalui media sosial intagram humas Pemkot Pekalongan, mereka memperoleh informasi mengenai kebijakan-kebijakan baru yang dibuat oleh Pemerintah Kota Pekalongan dan juga mendapatkan informasi mengenai kegiatan mendatang di Kota Pekalongan. Selain itu, kebanyakan responden merupakan mahasiswa dengan umur >25-40 tahun. Menurut hasil survei yang dilakukan dengan melibatkan 10.000 partisipan generasi milenial yang dilakukan oleh LendEDU, instagram merupakan media sosial pertama yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial setelah snapchat, twitter, dan facebook.

Keputusan tersebut menjawab konsiten pengelola untuk menerapkan Model PR dari Grunig dalam (Menurut James E.Grunig,1992 dalam ( Ruslan, 2017: 61) pada konsep yang memberikan gambaran tentang praktik PR terkini di instansi Pemkot Pekalongan sudah menggunakan pendekatan Model simetris dua arah (two way symmetrical model)Model ini, PR/Humas melakukan kegiatan berdasarkan penelitian dan menggunakan teknik komunikasi untuk mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara startegik. Upaya untuk membangun pemahaman di lakukan melalui kegiatan yang secara rutin terus menerus melalui pendekatan komunikasi yang baik, secara langsung atau tidak lansung tetapi tetap memiliki peluang untuk timbal balik, terutama dalam keterbukaan informasi publik yang sudah menjadi keniscayaan bagi semua instansi publik.

Pemberian pelayanan informasi publik yang dilakukan humas Pemkot Pekalongan juga sudah sesuai dengan Undang-undang keterbukaan informasi publik No. 14 tahun 2008 yang mana humas menyediakan informasi yang wajib dikeluarkan secara berkala dan adapun informasi yang dikecualikan atau tidak dapat dikeluarkan. Dalam hal ini jenis informasi yang wajib dikeluarkan secara berkala oleh humas Pemkot Pekalongan seperti anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD), kegiatan walikota dan wakilnya, serta kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah. Menurut Scott M. Cutlip dalam (suprawoto, 2018:63) menyatakan bahwa tugas utama humas Pemerintah adalah menyediakan informais tentang apa yang akan, sedang dan yang sudah dilakukan Pemerintah serta kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah, tidak hanya disampaikan di tingkat lokal, naisonal, namun juga regional bahkan global. Pemerintah dituntut untuk secara kreatif menghasilkan ide dan terobosan dalam hal

keterbukaan informasi publik. Proses tersebut harus dilakukan secara aktif proaktif dengan menggunakan platform yang sedang tren digemari banyak orang yaitu sosial media. Humas harus mempunyai kreatifitas mengisi konten sehingga terlihat lebih menarik.

Penambahan desain *infografis* dalam informasi selain dapat meningkatkan minat pembaca dengan gambar yang ada. *Infografis* juga mempermudah pembacanya untuk mengetahui isi dari informasi yang disediakan. Seperti menurut Miftah, Rizal, dan Anwar (2016) dalam (Resnatika, dkk. 2018. jurnal kajian informasi dan perpustakaan) Infografis dibuat bertujuan untuk mengkomunikasikan berbagai pesan yang semula begitu kompleks menjadi lebih sederhana, menarik perhatian dan mudah dipahami masyarakat. Sayangnya pemberian infografis dalam postingan pada media sosial humas Pemkot Pekalongan belum konsisten, hanya ada beberapa postingan yang di desain infografis. Seperti salah satunya infografis dalam media sosial instagram Humas Pemkot Pekalongan yang menginformasikan mengenai jumlah pengungsi banjir di Pekalongan. Hasil wawancara dengan staff dokumentasi dan pemberitaan mengemukakan bahwa ketidak konsistenan dalam memberikan desain infografis pada media sosial humas Pemkot Pekalongan disebabkan karena keterbatasan sumber daya manusia.

Menurut Gallagher 2009 dalam (Kurniasih (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah) profil media sosial yang baik adalah profil yang dapat mencerminkan lembaga atau individu itu sendiri. Namun, salah satu media sosial humas Pemkot Pekalongan yaitu twitter tidak menggunakan profil instansi tersebut hanya berupa foto walikota. Padahal media sosial lainnya seperti instagram, facebook, youtube, dan website menggunakan profil berupa nama Humas Pemkot Pekalongan sebagai identitasnya.

Pemberian respon terhadap pertanyaan publik melalui media sosial pun kurang cukup baik. Hasil penelitian yang dilakukan dengan publik sebanyak 43% masyarakat menjawab tidak setuju dengan kecepatan informasi yang diberikan melalui media sosial youtube, 50% tidak setuju dengan kecepatan informasi melalui facebook, dan 60% kurang setuju dengan kecepatan informasi melalui instagram. Mereka mengatakan bahwasannya Humas Pemkot Pekalongan tidak cepat dalam menjawab pertanyaan baik yang muncul dari *Direct message (DM)* maupun komentar pada sosial media. Fakta tersebut menunjukkan bahwa humas Pemkot Pekalongan bekerja sangat lambat dalam hal pemanfaatan media sosial untuk kegiatan menyebarkan informasi publik. Media sosial yang mempunyai kelebihan yang cepat tidak dimanfaatkan untuk berkomunikasi secara baik mengubah sikap dan perilaku publik.

Hal ini juga didukung dari pernyataan staff dokumentasi dan pemberitaan humas Pemkot Pekalongan yang menyatakan bahwa memang ada kendala untuk menjawab pertanyaan yang masuk dari masyarakat, seperti terbatasnya informasi dan juga data yang ada, selain itu memang adanya beberapa kometer yang sengaja untuk tidak dijawab seperti komentar yang dapat menimbulkan konflik. Padahal pelayanan yang baik menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1985: 41-50), dalam buku “A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for future Research ada 10 faktor yang menentukan kualitas layanan jasa salah satunya adalah *Responsivennes* yang merupakan kesigapan dalam merepon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya. (dalam Ruslan, 2017: 283)

Peningkatan interkasi dalam media sosial juga harus diperhatikan agar media sosial tersebut tetap berjalan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menghidupkan interaksi pada media sosial salah satunya dengan memberikan challenge kepada para *followers* (pengikut) baik dengan memberikan kuis, games, ataupun *#hastag* dalam postingan tersebut yang dapat menciptakan kegiatan dan juga dapat membranding Pemkot Pekalongan. Phillis Report dalam (supratowo,2008:84) mengemukakan bahwa pentingnya menempatkan komunikasi dua arah yang memosisikan publik sebagai bagian dari kebijakan yang akan dibuat pemerintah merupakan prinsip dasar yang harus digunakan humas Pemkot Pekalongan sebagai pejabat yang memegang komunikasi. Selain itu pentingnya melibatkan masyarakat dalam menciptakan interkasi yaitu dapat memberikan alternatif dan masukan berupa kritik dan saran melalui kolom komentar mengenai kesesuaian terhadap program dan kebijakan Pemerintah

Penggunaan RACE (*Riset, Action planning, communication, and evaluation*) model dalam mengelola media sosial tidak dilakukan oleh humas Pemkot Pekalongan. Padahal penggunaan RACE model dalam pengelolaan media sosial dapat memberikan kemudahan dalam perencanaan serta mendapatkan kegiatan perencanaan yang terarah. Selain itu dalam setiap kegiatan ataupun program humas dituntut untuk terus melaksanakan evaluasi terhadap apa yang telah disampaikan demikian program-programnya. Agar terjadi umpan balik guna penyempurnaan setiap program yang telah dan akan dilaksanakan, sehingga akan terjadi keberlanjutan program humas ( Supratowo, 2008:83). Keberhasilan suatu program terletak pada kemampuan mengidentifikasi publik melalui riset untuk memetakan masalah yang muncul serta mengambil rekomendasi yang paling tepat

Keterbatasan sumber daya manusia dan manajemen waktu membuat aktualisasi updateting setiap informasi berbeda-beda dalam setiap media sosial. Hal ini juga didukung dengan pernyataan masyarakat mengenai aktualisasi updating yang dilakukan humas Pemkot Pekalongan pada media sosialnya. Sebanyak 50% responden mengatakan setuju dengan aktualisasi update yang dilakukan oleh humas Pemkot Pekalongan. Namun, beberapa media sosial tersebut di update tidak secara merata. Hanya instagram, facebook, dan twitter yang sering memberikan informasi secara update tidak dengan youtube dan twitter yang hanya melakukan update sebanyak 1-3 kali dalam satu bulan. Padahal salah satu bentuk optimalisasi media sosial untuk aktivitas kehumasan menurut Menurut Gallagher 2009 dalam (Kurniasih (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah) adalah melakukan update secara teratur media sosial.

Pemanfaatan halaman fanpage dalam akun facebook humas Pemkot Pekalongan tidak dioptimalkan dengan baik dikarenakan tidak adanya wewenang dan juga data yang tersedia untuk menjawab pertanyaan yang masuk melalui postingan dalam halaman tersebut. Padahal melalui halaman fanpage humas dapat mengajak masyarakat untuk dapat memberikan aspirasinya melalui pertanyaan ataupun opininya seputar Pemkot Pekalongan. Menurut Menurut Gallagher 2009 dalam (Kurniasih (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah) salah satu optimalisasi yang bisa dilakukan yaitu dengan pemanfaatan akun baik akun reguler maupun group atau fanpage untuk keperluan lembaga, baik untuk menjaga reputasi, menyampaikan program atau kebijakan, menyampaikan capaian atau prestasi, dan lain-lain. Seharusnya humas Pemkot Pekalongan lebih mempersiapkan data-data dari para OPD terkait. Sehingga jika diminta mereka sudah memiliki data walaupun tidak secara mendalam atau setidaknya mereka memberikan respon berupa balasan untuk menunggu jawaban terkait pertanyaannya tersebut. salah satu definisi pelayanan prima yang diungkapkan oleh Atep Adya Barata layanan prima adalah pelayanan yang dapat membuat pengguna merasa penting (*Laurena dalam jurnal skripsi analisis pelayanan prima dengan konsep A6*).

Pemberian siaran langsung dalam media sosial instagram, facebook, dan youtube humas Pemkot Pekalongan tidak dilakukan. Dengan pemberian siaran langsung tidak dapat menyaring pesan yang disampaikan oleh walikota dan wakilnya dalam setiap kegiatan. Dampak dari kesalahan tersebut berimbas kepada citra instansi itu tersebut. Dari segi aplikatif penggunaan media sosial menurut (Liliweri 2015:290) salah satu karakteristik media sosial adalah memperluas keterlibatan pengguna untuk bersama-sama menciptakan peristiwa secara *real-time*, juga untuk memperluas interaksi *online/offline* atau menambah acara *live online*.

Pemanfaatan media sosial lain dalam meningkatkan jumlah subscriber atau pengikut youtube humas Pemkot Pekalongan juga perlu dilakukan. Menurut Gallagher 2009 dalam (Kurniasih (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah) salah satu cara yang dapat digunakan humas dalam meningkatkan jumlah pengikut dalam media sosialnya adalah dengan memperkenalkan akun media sosial yang telah ada baik melalui saluran pribadi maupun kelembagaan. Selain itu humas juga dapat melakukan promosi akun Humas Pemkot Pekalongan melalui akun-akun yang terpercaya dan memiliki banyak followers seperti akun humas Kota Bandung, info Pekalongan, dll.