

PENYAMPAIAN INFORMASI PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN PADA MASYARAKAT MELALUI AKUN INSTAGRAM @DISKOMINFOASAHAN

Filda Saphira

Email: filda.saphira@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Husni Ritonga

Email: drhusniritonga@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Jailani

Email: Muhhammad.jailani2011@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun instagram @diskominfoasahan dalam penyampaian informasi Pemerintah Kabupaten Asahan kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori the ccircular model of some, media massa dan new media. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan akun instagram @diskominfoasahan dalam penyampaian informasi Pemerintah Kabupaten Asahan kepada masyarakat berjalan dengan baik dan aktif dalam memberika informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Asahan, meski terdapat beberapa kendala seperti kendala jaringan dan kendala usia.

Kata Kunci : Penyampaian, Instagram, Informasi

PENDAHULUAN

Menginformasikan kepada publik adalah fungsi utama media Instagram, salah satu cara yang saat ini dibutuhkan seiring perkembangan zaman dan teknologi komunikasi informasi. Dengan adanya instagram yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika langsung akan mengurangi informasi hoax yang berkembang di masyarakat. Pemilihan media sosial Instagram didasarkan atas *trend* penggunaan media sosial yang saat ini sedang terjadi, khususnya di Indonesia, sehingga instagram menjadi media sosial utama yang digunakan oleh masyarakat.

Media berperan esensial pada transmisi informasi dalam proses komunikasi. Dinas Komunikasi dan informasi juga dilakukan melalui media, seperti Kantor Dinas Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) Kabupaten Asahan pada menyampaikan informasi kepada masyarakat memiliki media sosial salah satunya instagram. Dari data yang diambil pada tanggal 15 Mei 2022 pukul 15:31 WIB akun instagram dinas komunikasi dan informatika asahan memiliki pengikut (followers) sebanyak 1,370 dan mengikuti (following) 513 serta memiliki 882 postingan. Pada tanggal 29 Desember 2016 dibentuklah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan sesuai dengan PERDA No.7 tahun 2016. Dinas Perumahan dan Pemukiman termasuk dalam kelompok yang mendirikan lembaga ini. Organisasi tipe B, seperti Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan, menangani kegiatan pemerintahan di bidang media cetak dan elektronik, Bidang Teknologi Informatika serta Bidang Statistik dan Persandian. Generasi milenial saat ini percaya bahwa masyarakat diharuskan mampu meyakini keterangan yang didapat dari sumber manapun, dari manapun asalnya. Sekarang ada kemajuan sosial media baru yang dapat membantu orang terhubung satu sama lain. Anda dapat menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang operasional Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan dan berita terbaru dengan berbagai cara. Instagram merupakan contoh platform jejaring sosial yang mengutamakan materi visual, seperti foto dan video. Instagram menjadi semakin populer di kalangan anak muda karena preferensi mereka untuk konten yang pendek dan menarik secara visual (Mardina, 2017).

Menurut Juliasih dalam Kristanto (2011) media sosial adalah media yang sering disebut sebagai media online dimana dapat mewakili para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan sesamanya di dunia luar

baik yang dikenal maupun tidak. Sedangkan menurut Shirky (2008) media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate), diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi (Nasrullah, 2012).

KERANGKA TEORI

1. *The Circular Model Of Some*

Regina Luttrell menciptakan sebuah model untuk melakukan perencanaan komunikasi di media sosial yaitu *The Circular Model of Some* (Model Sirkuler Media Sosial) dengan tujuan untuk memudahkan para praktisi media sosial melakukan komunikasi (Luttrell, 2019).

Terdapat empat aspek tahapan-tahapan dalam model ini, keempat aspek tahapan tersebut memiliki peran dalam bagiannya masing-masing. Berikut uraian Model Sirkuler Some (*The Circular Model of SoMe*) menurut Regina Luttrell dalam *bukunya Social Media: How to Engage, Share, and Connect*, antara lain:

- (a) *Share* (berbagi), yaitu memahami bagaimana dan dimana *follower* berinteraksi;
- (b) *Optimize* (Optimisasi), yaitu mengoptimalkan setiap interaksi media sosial
- (c) *Manage* (Mengelola), yaitu mengatur sistem manajemen media tersebut
- (d) *Engage* (Melibatkan), yaitu membangun hubungan dengan melibatkan audience dan influencers menjadi bagian penting dalam mengelola media sosial (Luttrell, 2016).

2. **Media Massa**

Media massa merupakan suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Media massa berasal dari istilah bahasa inggris yaitu dari *mass media*. (Asda, 2022) Adapun pengertian lain menjelaskan media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya. Komunikasi massa tak akan lepas dari massa, karena dalam komunikasi massa dan penyampaian pesannya adalah melalui media.” (McQuail, 2003). Komunikasi Massa (Mass

Communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (Surat Kabar, Majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat. (Kehnia & Darwis, 2021)

3. New Media

New media ataupun media baru merupakan bukti nyata kemajuan teknologi komunikasi yang dapat lantas dirasakan. Media baru ialah pengembangan dari teknologi media yang telah tersedia lebih dulu. Contoh media modern yang mungkin kita jumpai saat ini dan tidak dapat dipisahkan dari keseharian kita ialah *Internet*. Bagi *Internet Society (ISOC)*, internet digambarkan menjadi kapasitas untuk menawarkan data umum yang gesis, sarana untuk berbagi kabar dan media yang memungkinkan kerjasama serta hubungan antara pengguna dan komputernya terlepas dari lokasi geografis. (Purwanto, 2011).

New media disebut juga dengan new media digital. Media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan gelombang mikro. Tak ubahnya dengan media sebelumnya, kemunculan internet dilatar belakangi oleh perkembangan interaksi manusia yang semakin kompleks. (As'ad & Firmansyah, 2022) Jangkauan *New Media* hampir mencakup seluruh populasi global. Dapat dikatakan bahwa media baru telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan struktur sosial masyarakat. Tujuan dari media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa juga telah diubah oleh *New Media*.(Marpaung, 2022)

METODE PENELITIAN

Dapat dilihat bersama dari jenis datanya bahwa penelitian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode untuk mempelajari status sekarang dari sekelompok individu, item, situasi, sistem ide, atau peristiwa. Penyelidikan deskriptif ini bertujuan untuk menghasilkan uraian fakta yang sistematis, faktual, dan benar, dan gambaran seputar sifat ikatan antara fenomena yang dicermati. Tujuan penulisan deskriptif adalah untuk memberikan jawaban atas pertanyaan "apa" dan "bagaimana" dengan menggambarkan kejadian yang telah atau sedang terjadi. Kegiatan ini meliputi

pengumpulan data, pengklasifikasian data, dan generalisasi data (Ikbar, 2012). Secara sederhana, penelitian adalah penggunaan metode ilmiah dalam upaya agar mengetahui dan mengatasi kasus maupun masalah yang muncul di lingkungan kita. Di dunia akademis, segala jenis penelitian mutlak harus dilakukan sesuai dengan protokol yang diterima komunitas ilmiah. Misalnya, tujuan penelitian di bidang ilmu komunikasi harus menemukan solusi untuk masalah-masalah yang lazim di bidang ilmu komunikasi (Vera, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN DESKRIPSI UMUM SUBJEK PENELITIAN

a. Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan dibentuk sebagai pelaksanaan dari PERDA No. 7 Tahun 2016 yang diundangkan pada tanggal 29 Desember 2016. Dinas ini dibentuk dengan beberapa Dinas lainnya, seperti Dinas Perumahan dan Permukiman. Adapun Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan adalah Tipe B yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di Bidang Media Cetak dan Elektronik, Bidang Teknologi Informatika serta Bidang Statistik dan Persandian.

Adapun jabatan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan diamanatkan kepada Syamsuddin, S.H, M.M dengan Sekretaris Drs. Nirwan Pase dan dibantu oleh 3 (tiga) Kepala Bidang yaitu Bidang Media Cetak dan Elektronik Arbin Ariadi Tanjung, SE, bidang Komunikasi media cetak dan elektronik mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas pokok kepala dinas lingkup media cetak, elektronik dan hubungan masyarakat. Bidang Teknologi Informatika Siti Rakhamawati, S.STP, bidang teknologi informatika mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas pokok Kepala Dinas di lingkup teknologi informatika, serta Bidang Sandi dan Statistik Saidati Maidani Harahap, SE, bidang sandi dan statistik mempunyai tugas pokok melaksanakan tata kelola persandian dan statistik dalam rangka menjamin keamanan informasi dilingkungan pemerintah kabupaten asahan. Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan terletak di Jalan Mahoni No. 3 Kecamatan Kisaran Barat Kelurahan Mekar Sari, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara.

b. Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan

Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Asahan adalah “Terwujudnya efektivitas dan efisiensi komunikasi dan informatika penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam rangka mewujudkan Asahan yang religious sehat cerdas dan mandiri.

Dan adapun misi Dinas Komunikasi dan Infromatika Kabupaten Asahan adalah :

- Meningkatkan dan mengembangkan kemitraan, pemberdayaan dan pendayagunaan prasarana komunikasi dan informatika.
- Meningkatkan layanan public dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan komunikasi dialogis.
- Meningkatkan pelayanan informasi dan pemberdayaan potensi masyarakat dalam mewujudkan budaya masyarakat berbasis teknologi informasi.
- Meningkatkan kemitraan dan pemberdayaan lembaga komunikasi informatika antara pemerintah daerah dan masyarakat.
- Mendorong peran serta media massa dalam meningkatkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab.
- Meningkatkan sumber daya manusia dalam bidang komunikasi dan informatika.

HASIL PENELITIAN

Informan yang digunakan dalam penelitian ini ada tujuh orang dengan kepala dinas yaitu Bapak Syamsuddin, S.H, M.M, kepala bagian komunikasi media cetak dan elektronik yaitu Bapak Arbin Ariadi Tanjung, S.E, operator/admin yaitu Ibu Nurul Hudaini Halim Siregar, dan empat orang *followers* yaitu Nuraini Ade, Tassa Al Dawiyah, Suci Imania dan Al Fatih Yusri.

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari data yang terkumpul penulis memaparkan hasil observasi dan wawancara dengan informan dan narasi penulis dengan data tersebut. Aspek terpenting dari proses penyampaian informasi adalah berita, yang mencakup sekumpulan informasi yang terkandung dalam sebuah foto ataupun video. Nama akun *instagram* Kominfo Asahan ialah @diskominfoasahan. Menurut informan Bapak Syamsuddin, salah satu alasan memilih media sosial *instagram* dalam penyampaian informasi

kepada masyarakat itu karena saat ini aplikasi *instagram* lah yang sedang disenangi oleh masyarakat. dari segi desain, segi publish yang disiapkan oleh aplikasi *instagram* sehingga masyarakat lebih suka menggunakan aplikasi *instagram*.

Informasi yang dibagikan pada akun *instagram* Kominfo Asahan berupa informasi tentang kebijakan, infrastruktur daerah, program kegiatan, dan budget. Dapat kita lihat pada laman akun *instagram* nya yaitu @diskominfoasahan. Berdasarkan hasil wawancara Ibu Nurul menyatakan bahwa;

“Instansi Pemerintah di era modern ini sangat terbantu dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Internet menjadi salah satu sarana bagi Instansi Pemerintah untuk memberikan layanan yang cepat dan mudah, internet juga membuat rakyat lebih aktif mengawasi jalannya layanan publik. Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah merupakan salah satu inovasi dengan memaksimalkan teknologi” (Nurul Hudaini 8 Agustus 2022).

Keberhasilan Dinas Komunikasi dan Informatika Asahan dalam menjalankan kegiatan pemanfaatan *instagram* dalam penyampaian informasi Pemkab Asahan kepada masyarakat ditentukan dari postingan yang di upload dan informasi yang diberikan. Kemampuan dalam mengelola akun *instagram* @diskominfoasahan baik secara teknis maupun yang lainnya. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa adapun kendala yang dihadapi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Asahan dalam pemanfaatan *instagram* untuk penyampaian informasi Pemerintah Kabupaten Asahan kepada masyarakat ialah sebagai berikut :

(1) Masalah Jaringan

Permasalahan yang biasa terjadi di dalam menggunakan sebuah aplikasi adalah jaringan. Jaringan adalah point terpenting dalam menjalankan aplikasi pada sebuah *smartphone*, termasuk saat menggunakan aplikasi *instagram*. Jaringan di Kabupaten Asahan yang belum merata pada pedesaan membuat masyarakat yang berada di pedesaan tidak dapat mengakses informasi yang diberikan oleh Kominfo Asahan melalui *instagram*. Seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Komunikasi Media Cetak dan Elektronik Bapak Arbin bahwa :

“kekurangan nya karena masyarakat Kabupaten Asahan belum

sepenuhnya memakai aplikasi ini sesuai dengan hasil survei, masyarakat kita di Kabupaten Asahan ini masih menggunakan facebook. Kalo instagram masih minim apalagi di daerah-daerah pedesaan karna pada umumnya masyarakat kita yang di pedesaan masih menggunakan facebook kalo untuk instagram masi belum merata, artinya penyebarluasan informasi yang diharapkan sampai ke masyarakat dan sudah dilakukan yang disampaikan di instagram kurang maksimal bisa tersampaikan.” (Arbin Ariadi 8 Agustus 2022).

Dan juga yang disampaikan oleh Operator Kominfo Asahan yaitu Ibu Nurul bahwa :

“Untuk penyampaian informasi kepada masyarakat kendalanya kita kan gatau nih jaringan yang sampai ke setiap daerah di Kabupaten Asahan itu merata apa ga, jadi kita gatau informasi yang kita berikan itu sampai apa gak” (Nurul Hudaini 8 Agustus 2022).

(2) Masalah Usia

Dalam menggunakan sebuah aplikasi yang mengikuti perkembangan jaman seperti *instagram* banya masyarakat yang belum paham dan belum mengerti dalam penggunaan aplikasi *instagram* tersebut. Kendala usia dalam menggunakan aplikasi *instagram* memanglah hal yang wajar di kalangan masyarakat. Karena pada dasarnya anak remaja sekarang kurang tertarik oleh informasi-informasi mengenai pemerintahan, dan yang lebih tertarik oleh informasi pemerintahan adalah masyarakat yang usianya 40 tahun keatas, sedangkan kebanyakan masyarakat yang menggunakan aplikasi *instagram* ini pada usia remaja dan anak kuliahan. Seperti halnya yang disampaikan oleh operator/admin akun *instagram* @diskominfoasahan ibu Nurul bahwa :

“Rentan usia juga mempengaruhi penyampaian informasi, misalnya kan anak-anak remaja kan anak remaja kurang tertarik dengan kegiatan Pemkab yang lebih tertarik itu orang dewasa, jadi kita harus mencari cara agar masyarakat yang usia 40 keatas dapat menggunakan instagram untuk mencari informasi mengenai Pemerintah Kabupaten Asahan.” (Nurul Hudaini 8 Agustus 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data Penyampaian Informasi Pemerintah Kabupaten Asahan Pada Masyarakat Melalui Akun Instagram @Diskominfoasahan maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *instagram* kominfo Asahan sudah berjalan dengan baik dan

informasi yang telah diberikan melalui *instagram* dapat diterima oleh masyarakat. Informasi yang dibagikan melalui postingan sebuah gambar ataupun video dengan menyajikan konten secara kreatif dan tidak monoton. Informasi yang disajikan mudah di pahami terutama yang bersifat infografis yang disajikan dalam bentuk yang telah dibuat ulang dengan desain yang mudah dipahami dan menarik tanpa mengurangi makna suatu informasi. Informasi berita pun di masukan kedalam suatu bingkai berita sehingga lebih menarik dan informatif.

Kendala yang menghambat sampainya informasi yang telah diberikan melalui akun *instagram* @diskominfoasahan yaitu kendala jaringan yang belum merata pada Kabupaten Asahan dan juga kendala usia masyarakat. Upaya yang dilakukan oleh Kominfo Asahan adalah dengan terus memberikan informasi kegiatan Pemerintah Kabupaten Asahan melalui *instagram* yang dibuat dengan semenarik mungkin agar seluruh masyarakat tertarik untuk melihatnya dan juga menyiapkan sarana dan prasarana aplikasi dengan menyiapkan jaringan internet di 33 dinas ditambah 25 kecamatan sebagai salah satu upaya agar digitalisasi birokrasi penyampaian informasi berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- As'ad, A., & Firmansyah, F. (2022). A New Paradigm on Human Resources Management in State Islamic University. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(1), 71-84.
<https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i1.1513>
- Asda, Y. (2022). Efektivitas Pembelajaran Model Kooperatif Tipe Jigsaw Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Sejarah Kebudayaan Islam Pada Siswa *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan ...*, 2(3), 160-175.
<https://journal.yaspim.org/index.php/pendalas/article/view/129%0Ahttps://journal.yaspim.org/index.php/pendalas/article/download/129/102>
- Kehnia, Y., & Darwis, U. (2021). Pengaruh Media Buku Bergambar Terhadap Minat Baca Siswa Kelas Ii Sd Negeri 101797 Deli Tua. *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 229-234.
<https://journal.yaspim.org/index.php/pendalas/article/view/85>
- Marpaung, M. A. (2022). the Realization of Attitude in Online News

Article: an Appraisal Analysis. *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 96-102.

- Mardina, R. 2017, Literasi Digital Bagi Generasi Digital Natives. Conference: Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif. *Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif*
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.
- Luttrell, Regina.. 2016, *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*, Rwan & Littlefield, Second Edition.
- Luttrell, Regina . 2019. *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*, Lanham: Rwan & Littlefield, Third Edition.
- McQuail, Denis. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Purwono. (2010). *Dasar-dasar Dokumentasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Vera, Nawiroh. 2016, *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia