

**PERAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) DINAS KOMUNIKASI
INFORMATIKA STATISTIK DAN PERSANDIAN (DISKOMINFO SP)
KABUPATEN LEBONG DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KEPADA
MASYARAKAT
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)



OLEH:

LINA FEBRIYANTI

NIM: 19521039

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
CURUP 2023**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi mahasiswa atas nama Lina Febriyanti Nim 19521039 Skripsi yang berjudul "**Peran Media Sosial (Instagram) Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat**" sudah dapat di anjukan dalam Ujian Munagosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Tahun 2023.

Demikian persetujuan ini kami buat atas perhatiannya kami ucapkan sangat terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr .Wb.

Curup

2023

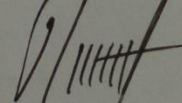
Pembimbing I



Anrial, M.A

NIDN. 2003018101

Pembimbing II



Dete Konggoro, M.I.Kom

NIDN. 2028108602

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Dr. A.K. Umar No. 01 Kotak Pos 108 Telp: (0732) 21010-21759 Faks 21010 Kode pos 39119
Email: iain.curup@iaincurup.com.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 44 /In.34/FU/PP.00.9/ /2023

Nama : Lina Febriyanti
Nim : 19521039
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Peran Media Sosial (Instagram) Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/ Tanggal : Selasa, 20 Juni 2023
Pukul : 15.30 17.00 WIB
Tempat : Ruang 2 Gedung Munaqasah FUAD IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Dakwah.

Ketua,

Anrial, MA
NIDN. 160802016

Bekretaris,

Dede Kanggoro, M.I.kom
NIDN. 2028108602

Penguji I,

Dita Verolyna, M.I.Kom
NIP. 19851216 201903 2 004

Penguji II,

Intan Kurma Syapatri, M.A
NIP. 19920831 2020 12 2 001

Mengesahkan
Dekan Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Nelson, S. Ag., M. Pd. I
NIP. 19690504 199803 1 006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lina Febriyanti

Nomor Induk Mahasiswa: 19521039

Jurusan : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sangsi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Mei 2023
Penulis,

Lina Febriyanti
NIM. 19521039

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran ALLAH SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PERAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA STATISTIK DAN PERSANDIAN (DISKOMINFO SP) KABUPATEN LEBONG DALAM PENYEBARAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT” Sholawat beserta salam selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang penuh dengan kecanggihan teknologi seperti sekarang ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis yang disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, penulis menyadari sepenuhnya proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bantuan, motivasi dan bimbingan dari segala pihak. Oleh karena itu penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I Selaku Rektor IAIN Curup
2. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE, M.Pd, M.M Selaku Wakil Rektor I
3. Bapak Dr. KH. Ngadri Yusro, M.Ag, M.Pd Selaku Wakil rektor II
4. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag, M.Pd Selaku Wakil rektor III
5. Bapak Dr. Nelson, S.Ag, M.Pd.I Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

6. Bapak Dr. Rahmat Iswanto, S.Ag, SS, M.Hum Selaku Wakil Dekan I
7. Ibu Bakti Kumalasari, S.Ag, M.Pd Selaku Wakil Dekan II
8. Ibu Intan Kurnia Saputri, M.A Selaku Ketua Prodi KPI IAIN Curup
9. Bapak Anrial, M.A Selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing I
10. Penguji I
11. Penguji II
12. Bapak Dete Konggoro, M.I.Kom Selaku Pembimbing II
13. Seluruh Dosen dan Karyawan IAIN Curup
14. Almamater tercinta IAIN Curup

Curup, Mei 2022
Penulis

Lina Febrivanti
NIM. 19521039

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Tak henti saya ucapkan syukur alhamdulillah atas nikmat yang tiada batas dari-Mu ya Allah, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan rasa tulus saya persembahkan untuk:

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Bapak Zahiril Azhar (Alm) dan Ibu Ratna Wilis, berkat nasehat dan pengorbanan mereka sehingga saya bisa berada di titik ini, serta do'a yang selalu mereka panjatkan untuk perjalanan disetiap langkah saya, karna tanpa mereka saya bukan siapa-siapa.
2. Teruntuk kakak perempuan saya Ebit Sugiarti yang selalu memberi motivasi disetiap langkah sulit yang saya alami, dan menjadi tempat mencurahkan keluh kesah selama saya menempuh perkuliahan.
3. Teruntuk pembimbing saya yang selalu mempermudah dalam saya menyusun skripsi, Bapak Anrial, M.A dan Bapak Dete Konggoro, M.I.Kom, terimakasih banyak berkat mereka saya bisa menyelesaikan skripsi sebagaimana mestinya.
4. Untuk partner saya Ridho Rahmatullah yang selalu memberi dukungan serta bantuan dikala saya membutuhkan, dan tidak pernah membiarkan saya menghadapi kesulitan sendiri.
5. Terima kasih untuk teman-teman kelas saya KPI B yang selalu membantu dan saling berbagi informasi sehingga mempermudah saya dalam menyusun skripsi ini.

MOTTO

“Jika Orang Lain Bisa, Maka Aku Juga Bisa”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
DAFTAR ISI.....	vi
TAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Penjelasan judul	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penggunaan Media Sosial.....	15
B. Instagram	23
C. Manfaat Media Sosial	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Sumber data.....	35
D. Teknik pengumpulan data.....	36
E. Analisis data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
B. Hasil Penelitian	42
C. Pembahasan Penelitian.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informan Penelitian	40
Tabel 4.2 Faktor Pendorong dan Penghambat.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Dinas Kominfo Lebong	9
---	---

ABSTRAK
PERAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) DINAS KOMUNIKASI
INFORMATIKA STATISTIK DAN PERSANDIAN (DISKOMINFO-SP)
KABUPATEN LEBONG DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI
KEPADA MASYARAKAT

Oleh:

Lina Febriyanti (19521039)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran media sosial (Instagram) dinas komunikasi informatika statistik dan persandian (DISKOMINFO SP) kabupaten lebong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh dinas kominfo kabupaten lebong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan apa saja faktor pendorong dan penghambat dinas kominfo kabupaten lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, metode yang digunakan adalah penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lapangan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi serta menggunakan teori tanggung jawab sosial serta teknik analisis data terdapat 3 tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarik kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini peneliti mendapati bahwa strategi yang digunakan oleh dinas kominfo adalah dengan pengambilan gambar di lapangan kemudian diedit sedemikian rupa serta di susun caption dengan menggunakan rumus 5W+1H serta penghambat dan pendorong dari dinas kominfo adalah adanya keterbatasan sinyal di berbagai daerah yang ada di kabupaten lebong dan kekurangan tim media center bagian lapangan serta pendorongnya adalah kelengkapan alat yang disediakan oleh dinas kominfo lebong dan kerjasama antar tim media baik kantor maupun lapangan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi pada saat ini sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap kehidupan kita. Dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat mampu dan berhasil menciptakan inovasi baru dan membuat perubahan terhadap masyarakat dalam pola komunikasi. Sebelum perkembangan teknologi seperti sekarang, masyarakat berkomunikasi atau bertukar pikiran dengan menggunakan surat kabar, jika mereka ingin mendapatkan informasi maka koran ialah salah satu sumber informasi mereka. Seiring perkembangan waktu, perkembangan teknologi membuat media berlomba-lomba dalam memunculkan inovasi baru seperti salah satu contohnya memunculkan media sosial.

Media sosial merupakan suatu bentuk dari hasil perkembangan teknologi yang diciptakan untuk mempermudah masyarakat untuk saling bertukar pesan atau bisa dikatakan sebagai berlangsungnya komunikasi antar individu dan bisa memperoleh berbagai berita atau informasi. Media sosial ialah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan serta memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan.¹ Media sosial ini bersifat digital dan bisa atau dapat terhubung dengan jaringan

¹ Erwin Jusuf Thaib, *Problematika Dakwah Di Media Sosial*, (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm.8.

internet yang mempelajari tentang bagaimana informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat atau khalayak. Melalui media sosial juga, penyampaian informasi atau pertukaran pesan dapat berupa kontn visual, audio serta audiovisual. Adapun berbgai macam media sosial adalah Instagram, Twitter, Youtube, Facebook dan lain-lain. Berdasarkan sumber dari Beritasatu.com (2021) menyatakan bahwa Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 202,6 juta jiwa dan media sosial merupakan suatu media yang paling populer atau dengan kata lain memiliki jumlah peminat yang paling banyak.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi yaitu mereka dapat dengan mudah bertukar pesan dan mencari informasi sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Sehingga dapat dikatakan penggunaan media sosial adalah "*time consuming*" atau menyita waktu para penggunanya, tanpa disadari mereka seringkali mengabaikan orang-orang dilingkungan sekitar mereka karena sibuk *meng-upload* foto maupun video kegiatan yang mereka lakukan, membaca berita, mengomentari postingan orang atau meliat status orang lain melalui *handphone*.² Maka dari itu, dapat dipastikan terdapat alasan yang kuat serta ketertarikan mengapa masyarakat memilih untuk menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi mereka. Dalam hal ini Instagram memiliki berbagai macam kelebihan

² Eni Maryani dan Hadi Suprpto Arifin, "*Kontruksi Identitas Melalui Media Sosial*" ."*Journal of Communication Studies*", Vol 1. No. 1, Desember 2012", Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran

dan kemudahan dalam proses penyebaran informasi dimana faktor yang paling disukai masyarakat adalah Instagram dapat diakses kapan saja dan dimana saja sesuai dengan kehendak pengguna (masyarakat).

Selain itu media sosial (Instagram) dapat menjadi acuan tempat untuk mengkonstruksi pembentukan imajinatif dari pada pengguna yang pada dasarnya berbeda dengan dunia nyata.³ Sebagai pengguna Instagram, kita dapat memanfaatkan fitur atau sebuah inovasi yang telah diciptakan oleh pihak Instagram itu sendiri yang bertujuan untuk menarik perhatian penggunanya. Pemanfaatan Instagram harus digunakan dengan baik dan tepat agar proses komunikasi atau penyebaran informasi atau berita dapat tersampaikan dengan efektif. Dengan adanya kemudahan dalam akses, pesan dapat tersampaikan dengan cepat.

Instagram memiliki perbedaan dari media lainnya seperti dalam bentuk menyajikan suatu berita. Sebagai pengguna Instagram, kita dapat menyebarkan berita dengan cara mengunggah suatu berita tersebut melalui *feeds* Instagram. Untuk melihat seseorang atau pihak yang mem-posting suatu berita atau informasi melalui feeds, Instagram menyediakan fitur bernama *followers* yang artinya kita telah mengikuti suatu akun tersebut. Jika kita telah menjadi pengikut suatu akun Instagram, maka kita dapat mengakses dan melihat suatu unggahan mereka dengan cepat dan tidak akan tertinggal informasi mengenai

³ Fanny Hendro, “*Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri*”

unggahan yang telah mereka *upload* di Instagram. Bukan hanya itu saja, dalam Instagram kita dapat memanfaatkan fitur lainnya seperti Instagram menyediakan fitur *likes* dan *comment*. Fitur tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pengikut akun Instagram kita yang menyukai unggahan dan seberapa aktifnya mereka dalam memberikan komentar atau sebagai bentuk reaksi mereka terhadap unggahan yang telah di *upload*. Proses komunikasi dapat terjalin dengan baik dan dapat dikatakan efektif jika penyampaian informasi tidak memiliki hambatan dan penerima pesan dapat menerima isi pesan tersebut dengan mudah dan dapat dimengerti. Maka dari itu, penerima pesan juga dapat memberikan umpan balik atau *feedback*.

Pemanfaatan media sosial di zaman sekarang telah banyak digunakan oleh pihak media untuk menyebarkan berita atau informasi sehingga menjadikan Instagram sebagai wadah atau sarana komunikasi mulai dari kepentingan individu maupun kelompok. Pihak media yang bernama Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMUNFO SP) kabupaten Lebong menjadi pendukung bagi penelitian ini untuk melihat peran mengenai pemanfaatan media sosial. Dinas Komunikasi dan Informatika kota Lebong sendiri juga sebagai institusi yang melakukan penerapan sebagai media yang bersifat Informatif, Maju dan Profesional yang berbasis teknologi dan media massa. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa pemanfaatan

media sosial yaitu Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi pemerintah agar masyarakat dapat mengetahui perkembangan program pemerintah kabupaten Lebong.

Jika berbicara tentang suatu media, dapat dipastikan bahwa pemanfaatan media yang digunakan memiliki ketergantungan dan keterlibatan dengan publik atau masyarakat. Pemerintah yang bertanggung jawab akan memastikan masyarakatnya agar dapat mengakses berita dengan mudah dan cepat. Peran masyarakat di sini juga memiliki pengaruh karena dibutuhkan masyarakat yang aktif dimana masyarakat dapat memberikan saran dan kritik guna membangun serta mendukung program pemerintah itu sendiri. Dalam proses penyebaran informasi atau berita, pihak media tidak boleh bersifat sembarang. Penggunaan bahasa dan kalimat yang sopan serta etika harus diperhatikan karena masyarakat akan menilai pihak media dalam proses penyebaran informasi atau berita tersebut. Hal ini dapat dilakukan oleh pihak media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat agar mendapatkan respon yang bersifat positif serta berharap masyarakat dapat memiliki pengetahuan yang luas mengenai program pemerintah kabupaten lebong.

Maka dari itu, sesuai dengan tugasnya sebagai media publikasi dapat dikatakan bahwa dalam akun Instagram @dinaskominfolebong telah membantu pemerintah dalam penyebaran informasi dan merupakan suatu bentuk komunikasi pemerintah kabupaten lebong.

Tetapi, dalam pemanfaatan media sosial yaitu dalam Instagram yang digunakan pasti memiliki hambatan. Hambatan dalam pemanfaatan Instagram sebagai sarana pemberian informasi yang terjadi menjadi suatu alasan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Hal ini bersifat wajar karena hambatan yang terjadi dapat dijadikan sebagai acuan serta masukan agar pihak media dapat menyebarkan informasi atau berita dengan lebih baik lagi kedepannya.

Seperti yang telah peneliti jabarkan di atas, dalam pemanfaatan Instagram terdapat banyak sekali fitur. Salah satunya adalah fitur likes dimana pada unggahan dalam akun Instagram @dinaskominfolebong yang ternyata mendapatkan jumlah likes yang masih tergolong rendah. Salah satu bentuk pencapaian pihak media yaitu dengan saling berlomba-lomba untuk mengunggah konten terbaiknya dan mendapatkan jumlah likes yang tinggi. Maka dari itu, peran likes di sini dapat menjadi faktor hambatan yang utama karena likes sebagai suatu fitur dalam Instagram yang dijadikan sebagai bentuk penilaian bahwa informasi yang disebarkan dalam bentuk foto atau video yang telah diunggah dapat menarik perhatian masyarakat atau tidak.

Untuk mengetahui mengenai kepuasan masyarakat terhadap penerimaan berita atau informasi terhadap suatu akun Instagram, dibutuhkannya data sebagai pembuktian yang bernama engagement. Engagement dalam Instagram dapat dinilai dari berapa banyak orang yang menyukai dan memberikan komentar terhadap suatu posting-an.

Semakin tinggi angka likes suatu posting-an suatu akun Instagram, maka bisa dikatakan bahwa sebuah posting-an tersebut dikatakan menarik. Di sisi lain, jumlah komentar yang banyak juga pada suatu posting-an dapat membuktikan tingkat kesuksesan pihak media dalam menyebarkan suatu berita karena masyarakat telah meluangkan waktunya untuk menyampaikan pendapat atau responnya.

Engagement menjadi indikator yang penting karena semakin tinggi tingkat persentase engagement Instagram yang telah diraih, maka semakin besar kemungkinan suatu akun Instagram bisa lebih dikenal oleh banyak orang. Selain itu juga, besarnya persentase suatu engagement dapat menunjukkan bahwa media memiliki hubungan dengan masyarakat atau pengikut akun Instagramnya. Maka dari itu, *engagement rate* dapat dikatakan sebagai bentuk hambatan yang kedua bagi pihak media karena untuk mendapatkan angka persentase yang tinggi, diperlukan konsistensi dalam pemanfaatan media sosial Instagram dengan menggunakan fitur Instagram dengan sebijak-bijaknya agar masyarakat dapat memperoleh informasi.

Kedua hambatan di atas saling berhubungan dalam suatu pemanfaatan Instagram karena untuk mendapatkan engagement rate yang tinggi, maka di perlukan jumlah likes yang banyak juga. Sehingga, untuk mendapatkan jumlah likes yang banyak dan mendapatkan persentase engagement yang tinggi, pihak media harus melakukan sosialisasi atau bentuk pengenalan terhadap suatu media

kepada masyarakat. Dikarenakan dengan adanya pengenalan, bisa saja mendapatkan perhatian dan ketertarikan masyarakat terhadap suatu akun Instagram. Maka dari itu, kurangnya sosialisasi dapat dimasukkan ke dalam bentuk hambatan yang ketiga. Salah satu cara untuk memperkuat dan menciptakan hubungan baik antara media dan masyarakat ialah dengan melakukan sosialisasi. Sosialisasi dapat memberikan dampak yang cukup baik dan efektif bagi masyarakat. Sosialisasi disini dapat dilakukan dengan cara seperti pihak KOMINFO lebong memperkenalkan dan memberikan edukasi tentang pemanfaatan media sosial Instagram yang digunakan dan menjelaskan bagaimana cara media bekerja hingga penyebaran informasi atau berita dapat tersebar kepada masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat pasti akan lebih merasa tertarik dan mengetahui pemanfaatan media yang sebenarnya.

Setelah masyarakat mengetahui Instagram merupakan salah satu bentuk media sosial yang digunakan oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong, pastinya masyarakat langsung mengunjungi dan mencari tahu akun Instagram KOMINFO lebong dan mulai memperkenalkannya juga ke orang lain. Semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan mengunjungi akun Instagram KOMINFO lebong, maka akan semakin banyak pula masyarakat yang mengikuti atau menjadi pengikut (followers) akun Instagram KOMINFO lebong. Berikut peneliti

paparkan tampilan akun @dinaskominfolebong yang memiliki pengikut (followers) sebanyak 4.821 orang.

Gambar 1.1 Akun Instagram Dinas Kominfo



Sumber: Instagram Kominfo Lebong

Dari pemaparan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Peran Media Sosial (Instagram) Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat”***

B. Rumusan Masalah

Beranjak dari latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial (Instagram) Dinas KOMINFO lebong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat
2. Apa saja faktor penghambat dan pendorong Dinas KOMINFO Lebong dalam menyampaikan informasi ke masyarakat?

C. Batasan Masalah

Peneliti menetapkan batasan masalah atas beberapa hal, yaitu masalah hanya dibatasi pada peran media sosial (Instagram) dinas komunikasi informatika statistik dan persandian (DISKOMINFO SP) dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan faktor penghambat dan faktor pendorong dinas komunikasi informatika statistik dan persandian dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran media sosial (instagram) Dinas KOMINFO lebong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat Dinas KOMINFO lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan peneliti dan pembaca tentang bagaimana peran media sosial (Instagram) Dinas KOMINFO lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dan memberikan masukan kepada pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat serta sebagai bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi Kominfo di provinsi lain maupun swasta dan khalayak umum.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian berjudul: “Peran Media Sosial Instagram Dalam Perilaku Berbusana Muslimah Pada Remaja” oleh Maulidina Niharotul Izzah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tahun 2017. Persamaan pada penelitian ini adalah keduanya meneliti peran media sosial Instagram pada remaja. Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada subjek dan pembahasannya. Subjek pada peneliti sebelumnya adalah remaja dari Anggota Komunitas Hijabers Semarang tahun 2017, penelitian ini adalah remaja yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram. Pembahasan penelitian sebelumnya membahas bagaimana media sosial Instagram membentuk perilaku berbusana muslimah di kalangan remaja. Pada penelitian ini membahas,

bagaimana media sosial digunakan remaja muslim sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri.

2. Penelitian berjudul: “Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Virtual Vlog” oleh Siti Nadila Tenri Ajeng Fitrya, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar, tahun 2017. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti media sosial hanya saja dalam penelitian sebelumnya meneliti bagaimana pengungkapan identitas diri di media sosial Youtube. Sedangkan dalam penelitian bagaimana penggunaan media sosial Instagram dalam membentuk identitas diri. selain itu teori yang digunakan juga berbeda, dalam penelitian sebelumnya menggunakan teori identitas sosial.
3. Penelitian berjudul: “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi” oleh Ikhsan Tila Mahendra, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2017. Persamaan pada penelitian ini adalah subjeknya yang sama-sama meneliti remaja yang aktif dalam media sosial Instagram. Perbedaannya terletak pada waktu dan lokasi antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini. Serta perbedaan pada teori yang dipakai, pada penelitian sebelumnya menggunakan teori peran. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik.

G. Penjelasan judul

Dalam langkah awal memahami penelitian ini serta menghindari adanya kesalahpahaman, maka dari itu peneliti menjelaskan judul yang di angkat oleh peneliti. Berikut uraian dari judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Peran : Peran berarti sesuatu yang dimainkan atau dijalankan.⁴

Peran diartikan sebagai sebuah aktivitas yang diperankan atau dimainkan oleh seseorang yang mempunyai kedudukan atau status sosial dalam organisasi.

2. Kominfo : Kominfo merupakan kependekan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah kementerian Indonesia yang mengurus bidang komunikasi dan informatika. Kementerian Komunikasi dan Informatika sebelumnya bernama Departemen Penerangan, Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi, dan Departemen Komunikasi dan Informatika. Tugas Kementerian Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

3. Informasi : Informasi merupakan sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya, informasi akan diproses terlebih dahulu agar penerima mudah memahami informasi yang diberikan. Sederhananya,

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014)

informasi sudah diolah menjadi bentuk yang bernilai atau bermakna. Informasi memang tidak bisa dipisahkan dengan data. Kendati demikian, keduanya memiliki arti yang berbeda. Pasalnya, data adalah fakta yang masih bersifat mentah atau belum diproses, setelah mengalami pengolahan, data tersebut bisa menjadi informasi yang dibutuhkan masyarakat

4. Media Sosial : Media sosial merupakan suatu media online dengan penggunaannya mudah untuk berkomunikasi, berbagi, berpartisipasi dalam bentuk online. Media sosial juga mempermudah kita dalam berkomunikasi jarak jauh tanpa harus bertemu, kita bisa berkomunikasi seperti melalui instagram, facebook dan media online lainnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penggunaan Media Sosial

1. Pengertian Penggunaan Media Sosial

Pengertian Penggunaan Media Sosial Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan memiliki makna atau arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian⁵. Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa*, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal berikut ini, yaitu:

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs;
- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.⁶

Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring

⁵ Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hlm. 852

⁶ Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 125

sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".

Media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.⁷

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional meupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

⁷Rulli Nasrullah, Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 11

Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone (telepon genggam).

2. Ciri-Ciri Media Sosial

Perkebangan yang pesat situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Dalam artikelnya berjudul "User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," di Majalah Business Horizons (2010) Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya.

Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu: ⁸

Pertama, proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti Wikipedia.

Kedua, blog dan microblog, di mana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.

Ketiga, konten atau isi, di mana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan Youtube.

Keempat, situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.

Kelima, virtual game world, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game.

Keenam, virtual social world, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. Virtual social world ini tidak

⁸ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*,(Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hlm. 26

jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti Second Life.

Penjelasan tentang media sosial diatas maka ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut :

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu;
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat;
3. Isi disampaikan secara online dan langsung;
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna;
5. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri;
6. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).⁹

Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak,

⁹ Ibid, 27

modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain.

3. Jenis Media Sosial

a. Aplikasi Media Sosial Berbagi Video (Video Sharing)

Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam program pemerintah. Program tersebut dapat berupa kunjungan atau pertemuan di lapangan, keterangan pemerintah, diskusi publik tentang suatu kebijakan, serta berbagai usaha dan perjuangan pemerintah melaksanakan program-program perdagangan. Selain itu, tentu saja sebelum penyebaran, suatu video memerlukan tahap verifikasi sesuai standar berlaku. Sebaliknya, pemerintah juga perlu memeriksa, membina serta mengawasi video yang tersebar di masyarakat yang terkait dengan program perdagangan pemerintah. Sejauh ini, dari beragam aplikasi video sharing yang beredar setidaknya ada tiga program yang perlu diperhatikan, terkait dengan jumlah user dan komunitas yang telah diciptakan oleh mereka yakni YouTube, Vimeo dan DailyMotion.

b. Aplikasi Media Sosial Mikroblog

Aplikasi mikroblog tergolong yang paling gampang digunakan di antara program-program media sosial lainnya. Peranti pendukungnya tak perlu repot menggunakan telepon pintar, cukup dengan menginstal aplikasinya dan jaringan internet. Aplikasi ini menjadi yang paling tenar di Indonesia setelah Facebook. Ada dua aplikasi yang cukup menonjol dalam masyarakat Indonesia, yakni Twitter dan Tumblr.

c. Aplikasi Media Sosial Berbagi Jaringan Sosial

Setidaknya ada tiga aplikasi berbagi jaringan sosial yang menonjol dan banyak penggunanya di Indonesia, khususnya untuk tipe ini. Yakni Facebook, Google Plus, serta Path. Masing-masing memang memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Namun pada umumnya, banyak pakar media sosial 16 menganjurkan agar tidak menggunakan aplikasi berbagi aktivitas sosial ini jika menyangkut urusan pekerjaan atau hal-hal yang terkait profesi (pekerjaan). Aplikasi ini menurut mereka lebih tepat digunakan untuk urusan yang lebih bersifat santai dan pribadi, keluarga, teman, sanak saudara, kumpul-kumpul hingga arisan. Namun karena penggunaannya yang luas, banyak organisasi dan bahkan lembaga pemerintah membuat akun aplikasi ini untuk melancarkan program, misi dan visinya. Walau begitu, agar lebih kenal dengan segmentasi pengguna dan karakter aplikasi ini, maka penerapan bahasa dan tampilan konten yang akan disebarluaskan juga harus lebih santai, akrab, disertai contoh kejadian lapangan. Lebih baik lagi jika disertai dengan foto atau infografis.

d. Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional

Para pengguna aplikasi berbagi jaringan profesional umumnya terdiri atas kalangan akademi, mahasiswa para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Dengan kata lain, mereka adalah kalangan kelas menengah Indonesia yang sangat berpengaruh dalam pembentukan opini masyarakat. Sebab itu, jenis aplikasi ini sangat cocok untuk mempopulerkan dan menyebarkan misi perdagangan yang banyak memerlukan telaah materi serta hal-hal yang memerlukan perincian data.

Juga efektif untuk menyebarkan dan mensosialisasikan perundang-undangan atau peraturan-peraturan lainnya. Sejumlah aplikasi jaringan profesional yang cukup populer di Indonesia antara lain LinkedIn, Scribd dan Slideshare.

e. Aplikasi Berbagi Foto

Aplikasi jaringan berbagi foto sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Sesuai karakternya, aplikasi ini lebih banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, kadang-kadang banyak mengandung unsur-unsur aneh, eksotik, lucu, bahkan menyeramkan. Sebab itulah, penyebaran program pemerintah juga efektif dilakukan lewat aplikasi ini. Tentu saja, materi yang disebarakan juga harus menyesuaikan karakter aplikasi ini. Materi itu dapat berupa kunjungan misi perdagangan ke daerah yang unik, eksotik, pasar atau komunitas perdagangan 17 tertentu. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain Pinterest, Picasa, Flickr dan Instagram.

4. Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“many to many”).

- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

B. Instagram

Saat sekarang ini perkembangan informasi sangatlah cepat, dengan adanya perkembangan teknologi serta komunikasi, manusia sudah mudah melakukan kegiatan berkomunikasi sehingga secara tidak langsung manusia menjadi masyarakat informasi. Dengan adanya teknologi informasi saat ini tidak harus dengan langsung bertatap muka. Manusia kini sudah mulai beralih dari melakukan percakapan secara lisan ke percakapan tulisan. Selain dari handphone yang dapat mengirim pesan secara lisan maupun tulisan, kini internet juga berperan sebagai sumber informasi yang jaringannya tersebar hingga ke seluruh bagian bumi. Internet sebagai salah satu alternative masyarakat modern sebagai sumber informasi, internet memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan informasi dengan mudah.¹⁰

Dewasa ini lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi yang tanpa batas, dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya jejaring sosial yaitu “instagram”. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.¹¹

¹⁰27 David J. Green, *Ultimate Instagram Marketing*, (Jakarta: PT. Persada, 2017), hlm. 19

¹¹ Jubilee Enterprice, *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. (Bandung: Publising House, 2016), hlm. 28

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (smartphone). Nama instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya “instan” dan “gram” dari kata “Telegram”. Dari kata pengguna tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto, dan berbagi (share) ke jejaring sosial yang lain.¹²

Pengguna pada aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasai instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dihendaki.¹³ Dalam penggunaan instagram terdapat beberapa peraturan yang ditetapkan bagi penggunanya. Diantaranya Term of use , misalnya persyaratan bahwa untuk bisa memiliki akun instagram seseorang harus berusia minimal 13 tahun atau lebih. Selain itu ada pula pembatasan terhadap posting. Pada awal peluncurannya yakni tahun 2012, instagram telah membuat profile web yang memungkinkan pengguna untuk memiliki profil diri serta menampilkan foto-foto instagram mereka dalam tampilan sosial media.

Instagram adalah jejaring sosial terbesar saat ini, lebih dari setengah miliar orang dan terus berkembang anggotanya. Instagram merupakan pusat penghubung pemasaran dan keberadaannya telah mengancam platform media milik perusahaan sendiri (owned media) dan media yang dibayar (paid

¹² Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram* : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram, (Jakarta: Publishing House,2016), hlm. 8.

¹³ Sherief salbino, *Buku pintar Gadget Android Untuk Pemula*,(Jakarta;kunci Komunikasi,2014) hlm. 47

media). Jaringan yang diciptakannya mampu atau bisa menghubungkan pelanggan dengan pemasar secara lebih intensif dengan biaya murah. Seperti halnya pemasar publisher beritapun telah memanfaatkan instagram secara ekstensif sebagai cara untuk mendistribusikan konten dan meraih khalayak baru¹⁴.

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi instagram untuk mengolah foto, instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial media online yang memungkinkan pengguna nya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan sosial media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.¹⁵ Perkembangan instagram pada saat sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopulerannya. Trend instagram merupakan sebuah cara marketing yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan yang dimiliki instagram yaitu memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Pengguna instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui Facebook, Twitter dan situs media lainnya. Artinya partisipasi pengguna instagram yang fanatik dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan.¹⁶ Dengan semakin meningkatnya penggunaan instagram serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile diperangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses instagram dimanapun dan

¹⁴ Nina Surtiretna,dkk, *Pembisnis online*, (Bandung: Mizan,2015), h. 61

¹⁵Disadur berdasarkan artikel Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 25 juni 2023 pukul 13.00)

¹⁶ Handoko Hendroyono, *Brand Gardener*, (Tangerang: Literati, 2012), hlm. 283

kapanpun. Dengan demikian pesatnya penggunaan instagram sehingga saat ini banyak pembisnis melirik aplikasi ini dikarenakan kemudahan untuk mengupload banyak foto produk dan user juga dapat memberi komentar mudah dan cepat.¹⁷

Instagram sebagai media sosial pada dunia maya memang dapat memudahkan pengikut (followers) untuk mengetahui update terbaru dari akun instagram yang diikutinya, jadi meskipun tidak melihat langsung objek foto, jika hasil foto yang di upload di akun instagram tersebut menarik dan bagus pasti banyak followers yang mem-follow akun tersebut, namun dalam hal individu atau pengguna instagram tidak dapat melihat langsung aktifitas dari masing-masing pengguna, para followers hanya dapat melihat update dari beranda instagramnya.

Fitur - fitur Instagram Beberapa fitur-fitur yang ada di instagram yaitu:

- a. Kamera Fitur kamera memungkinkan pengguna Instagram tidak hanya bisa menggugah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.
- b. Editor Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Disini akan dijumpai 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Di update terbaru instagram tidak lagi mengahruskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan potrait dan juga landscape. Memberikan keleluasan

¹⁷ Bayu Win, *Ensiklopedia Rahasia Bisnis Online*, (Jakarta: Inspira Book, 2015), hlm.71

kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebar.

- c. Tag dan Hashtag Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label. 15
- d. Caption Caption Berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hastag.
- e. Integrasi ke media social Instagram juga memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila tool ini daiaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.
- f. Instastory Fitur terbaru dari Instagram ini, yang mengambil format snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 10 detik.
- g. Explore Fitur yang menampilkan konten yang dilihat following atau follower pengguna. Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh seseorang ramai. Instagram termasuk dalam aplikasi audio visual yang dapat membantu seseorang dalam penyebaran informasi. Informasi yang kita peroleh pun bisa langsung kita lihat dari video 16 yang di share oleh pengguna akun maupun foto yang dilengkapi dengan caption ataupun keterangan. Menurut Atmoko, meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena disini kita

bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat kita lakukan di instagram, yaitu:

- a. Follow : Bisa dibayangkan betapa sepiya ketika sendirian di dunia instagram yang meriah. Oleh karena itu dengan adanya follow memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang kita anggap menarik untuk diikuti.
- b. Like : Jika menyukai foto yang ada, jangan segan-segan untuk memberikan like. Pertama dengan menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.
- c. Comment : Sama seperti like ,komentar adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. Karena lewat komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya melalui kata - kata. Kita bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.
- d. Mentions : fitur ini memungkinkan kita untuk memanggil pengguna lain. Cara nya adalah dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut. 17
- e. Message : Fitur yang membantu mengirim pesan secara pribadi yang berupa foto, video maupun tulisan yang dikirim oleh sesama pengguna instagram.

C. Manfaat Media Sosial

Manfaat Media Sosial Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial :

- a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.¹⁸

- b. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan

¹⁸ *Ibid*, 34

fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

c. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen.

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

d. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran.

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial.

Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblokir atau memengaruhi pemahaman publik.

Media sosial sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah (lowcost) oleh perusahaan. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku usaha untuk menjadikan media sosial sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh website/blog perusahaan yang dapat menampilkan profile perusahaan secara lengkap. Bahkan tidak jarang para pelaku usahanya memiliki media sosial saja namun tetap eksis dalam persaingan. (Siswanto, 2013) Sebagai situs jejaring, media social memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan media sosial dapat memainkan peran sebagai media komunikasi.

Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. (Morissan, 2007). Menurut Setiadi (2003) pada tingkat dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Komunikasi dapat berusaha membujuk konsumen saat ini dan konsumen potensial agar berkeinginan masuk ke dalam hubungan pertukaran (exchange relationship). Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik, terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan suatu

produk di pasar. Konsep yang secara umum digunakan untuk menyampaikan pesan, sering disebut sebagai bauran promosi (Promotion mix), yaitu periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), penjualan pribadi (personal selling), humas dan publisitas (publicity and public relations) dan penjualan langsung (direct selling). Jika melihat bauran promosi tersebut, media sosial terbukti dapat memegang peranan sebagai Integrated Marketing Communication (IMC). Media sosial mampu melakukan fungsi bauran promosi secara terpadu, bahkan sampai terjadinya proses transaksi, dimana ketika pelanggan telah menjadi user yang tergabung dalam akun media sosial yang dimiliki oleh perusahaan, baik itu pertemanan atau fan page (dalam facebook), follower (dalam Twitter) atau istilah lain yang digunakan oleh beberapa penyedia media sosial. Maka perusahaan akan secara otomatis dapat menjalin komunikasi secara terus menerus, sehingga perusahaan dapat melakukan komunikasi secara persuasif dan memperkenalkan produk-produknya di kemudian hari (Siswanto, 2013).

Hal di atas sesuai dengan pernyataan bahwa IMC adalah proses pengembangan dan implementasi sebagai bentuk program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan. Adapun tujuannya adalah mempengaruhi dan memberikan efek langsung kepada perilaku khalayak sasaran yang dimilikinya, yakni pelanggan. IMC menganggap seluruh sumber yang dapat menghubungkan pelanggan dan calon dengan produk atau jasa dari suatu merek atau perusahaan, adalah jalur yang potensial untuk menyampaikan informasi di masa

mendatang. Dengan kata lain, proses IMC berawal dari pelanggan atau calon pelanggan kemudian berbalik kepada perusahaan untuk menentukan bentuk dan metode yang digunakan dan dikembangkan bagi program yang dijalankan. (Shimp dalam Siswanto, 2013) Sependapat dengan hal di atas, Supradono dan Hanum (2011) mengatakan bahwa dalam bidang pemasaran, keunggulan layanan media sosial adalah memberikan ruang komunikasi dua arah antara konsumen-perusahaan dan konsumen-konsumen. Komunikasi dua arah ini memungkinkan konsumen untuk berpartisipasi, kolaborasi dan berinteraksi, yang pada intinya konsumen tidak lagi objek tetapi subyek pemasaran.

Beberapa praktek-praktek terbaik perusahaan yang telah berhasil memanfaatkan sosial media adalah melakukan survey jejak pendapat keinginan konsumen, memberikan tautan layanan video, penawaran diskon, berinteraksi dengan konsumen, dan ekspriental marketing. Tentunya hal ini akan memberikan efek viral marketing, loyalitas brand, word of mouth dan crowd sourcing. Sosial media mampu memfasilitasi masyarakat untuk memperoleh informasi terbaru, berpartisipasi, berinteraksi dan kolaborasi dengan pemerintah secara online.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan penelitian adalah metode kualitatif dengan menghasilkan data deskriptif dan tertulis yang didapatkan dari orang yang menghasilkan hipotesis dan penelitian lapangan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, supaya peneliti mampu menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, dan fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya. Dengan hal ini peneliti dapat menggambarkan bagaimana strategi komunikasi kominfo kabupaten Lebong dalam menyebarkan informasi melalui media sosial (Instagram) ke masyarakat. Penelitian ini juga untuk memahami kondisi dengan mengarah pada deskripsi secara rinci serta mendalam mengenai suatu konteks yang alami tentang apa yang terjadi sebenarnya dilapangan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil pada penelitian ini yaitu di Dinas Kominfo Kabupaten Lebong yang beralamat di Kecamatan Lebong Atas Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu.

C. Sumber data

Agar bisa mendapatkan informasi dan data yang lengkap, jelas, akurat, serta tentang apa yang kita teliti, maka diperlukan jenis dan sumber data yang tepat untuk dipakai atau digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiono, dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan *sumber primer* dan *sumber sekunder*.

1. Data Primer

Yang dimaksud dengan data primer adalah data dan sumber datanya berasal atau diperoleh dari sumber data pertama atau informasi yang diperoleh atau didapatkan secara langsung

ditempat penelitian atau objek/subjek penelitian. Menurut Sugiyono yang dimaksud data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung.¹⁹

2. Data Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder ialah data dan sumber data yang didapatkan dari sumber kedua atau sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Contohnya seperti dokumen-dokumen, pengakuan-pengakuan atau hasil wawancara dari pihak kedua seperti Kepala Desa, Tokoh Masyarakat dan penelitian terdahulu yang biasanya dijadikan perbandingan oleh peneliti. Secara teori proses pengambilan data memegang peranan penting dalam menentukan validasi hasil penelitian. Oleh karena itu dalam teori validasi, hasil riset tidak akan mempunyai validitas tinggi, jika peneliti melakukan kesalahan dalam pengambilan data primer akan berakibat secara langsung dalam hasil analisa yang tidak sesuai dengan masalah yang akan dijawab sehingga hasil studi akan menghasilkan kesimpulan yang salah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam melakukan suatu penelitian, seorang peneliti dituntut harus menguasai kemampuan agar dapat memahami metode-metode maupun teknik penelitian dengan baik untuk memperoleh data yang dibutuhkan, adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

¹⁹<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>(Diakses pada 26/09/22 jam 9:50)

a. Pengamatan langsung (Observasi)

Menurut Widoyoko observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.²⁰ Ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meneliti objek secara langsung dilapangan, kemudian mengamati, merekam, serta mencatat peristiwa yang ada, kemudian dikumpulkan apa saja yang terkait yang terjadi dilapangan. Observasi bisa juga diartikan sebagai cara continue oleh seorang yang melakukan pengamatan kepada objek dengan lebih dekat lagi. Ada juga peneliti ikut berpartisipasi langsung dalam kejadian atau kegiatan masyarakat yang sudah ditetapkan sebagai objek.

b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.²¹ Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan berkomunikasi langsung dengan narasumber dilapangan. Wawancara juga bisa diartikan dengan interaksi antara dua orang yakni peneliti dan narasumber untuk bertukar pikiran serta peneliti melontarkan pertanyaan kepada narasumber, kemudian narasumber menjawab sehingga mendapatkan data atau jawaban yang dibutuhkan. Pada wawancara ini peneliti bisa mendapatkan data yang lebih akurat karena langsung menanyakan pada orang terkait.

²⁰<https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>(Diakses pada 26/09/22 jam 10:2)

²¹<http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html>

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.²² Dokumentasi ialah cara pengumpulan data dengan memotret apa saja yang berkaitan dengan yang ingin kita teliti, hal ini seperti halnya kita yang mengabadikan moment sehingga menjadi bahan untuk kita teliti dari gambar yang dengan memfoto maupun dengan membuat video, maka dari itu kita sudah bisa mendapatkan data dari hasil tersebut.²³

E. Analisis Data

Analisis data pada dasarnya melibatkan penempatan dan pengumpulan informasi secara metodelis dari wawancara, catatan lapangan serta dari sumber lain yang dapat dengan mudah dipahami dan bisa dibagikan dengan orang lain.²⁴ Dengan menggunakan analisis data ini dapat mengetahui gambaran dari bagaimana strategi yang digunakan yang diperoleh peneliti dari wawancara, observasi kemudian di analisis dan disusun dalam bentuk laporan penelitian. Ada tiga tahap menganalisis data diantaranya, yaitu:

1. Reduksi data, yang dimaksud dengan reduksi data adalah dimana dilakukannya proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabs trakan dan transformasi data kasar yang muncul dari berbagai catatan yang tertulis dilapangan. Pada proses ini akan berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.
2. Penyajian data, yang dimaksud dengan penyajian data yaitu kegiatan sekumpulan informasi yang disusun sehingga memungkinkan untuk menarik kesimpulan serta dilakukannya tindakan. Adapun bentuk dari penyajian data ini dapat berupa teks

²²<http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html>

²³<http://amrinafilisafatilmu.blogspot.com/2013/03/fenomenologi.html?ms=1>

²⁴ Sugiyono, Metodologi..., 2014, h 244

naratif dalam bentuk catatan lapangan, grafik, jaringan maupun bagan.

3. Kesimpulan, pada tahap kesimpulan ini merupakan tahapan akhir dari analisis data. Pada tahap ini peneliti membuat gambaran dari data yang diperoleh dari observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan adanya kesimpulan maka akan mempermudah memahami isi dari yang diteliti serta dapat mencari persamaan ataupun perbedaan kemudian akan ditarik kesimpulan dari permasalahan yang ada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab IV ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dilapangan. Dalam penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu yaitu selama tiga bulan lamanya. Pada bab IV ini peneliti melakukan wawancara pada pegawai atau karyawan yang ada di Dinas KOMINFO mengenai rumusan masalah yang ada di bab 1, dimana rumusan masalah tersebut ialah bagaimana peran media sosial dinas KOMINFO lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan untuk mengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung peran media sosial dinas KOMINFO lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Berikut tabel yang berisi informan penelitian:

Tabel 4.1

Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Iwan Faraby	Kasi Pengelolaan Saluran Komunikasi
2	Tiwi Azahri	Tim Media Center Kantor
3	Meka Yuliana	Tim Media Center Lapangan
4	Rudi Hidayat	Tim Media Center Lapangan
5	Regen	Tim Media Center Lapangan
6	Aldi Febriyansyah	Anak Magang (SMK Leneteng)

Sumber : Data Penelitian 2023

Dari tabel diatas terdapat 6 informan penelitian dimana yang pertama itu ada bapak Iwan Faraby merupakan kasi pengelolaan saluran komunikasi, bapak ini sebagai informan pertama dimana beliau membidangi bagian komunikasi dan mengetahui hal-hal dalam penyebaran informasi mulai dari terjun lapangan sampai penguploadan di media sosial instagram. Kemudian informan kedua bernama Tiwi Azahri dimana ia merupakan tim media center kantor yang bertugas mengedit gambar (dalam artian bukan memanipulasi gambar melainkan pemilihan gambar gambar yang bagus dan pemotongan atau pengecilan gambar yang terlalu luas di salah satu sisi). Informan ketiga Meka Yuliana yang merupakan tim media center lapangan yang berperan pada dinas kominfo lebong untuk terjun ke lapangan untuk mendapatkan gambar yang nantinya akan diposting di media sosial instagram. Begitupun tim media center lapangan Rudi Hidayat dan Regen. Kemudian Aldi Febriyansyah yang merupakan anak magang di kantor dinas KOMINFO peneliti mewawancarai sebagai penambahan data dilapangan.

Itulah informan penelitian yang peneliti berhasil temukan di dinas KOMINFO kabupaten lebong, supaya dapat menjawab pertanyaan yang ada di rumusan masalah yang sudah tertera di bab 1. Peneliti akan mewawancarai 6 informan di atas dan hasilnya akan peneliti uraikan pada subbab berikutnya.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian peran media sosial dinas komunikasi informatika statistik dan persandian (DISKOMINFO SP) kabupaten Lebong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sebelum melakukan penelitian

ini, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu apakah cocok dengan permasalahan yang ada di dinas KOMINFO tersebut. Selain melakukan observasi secara langsung kelapangan, peneliti juga melakukan observasi dengan mengakses instagram dinas KOMINFO kabupaten lebong.

1. Penggunaan Media Sosial (Instagram) Dinas KOMINFO Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat

Penggunaan atau peran dari media sosial instagram pada dinas KOMINFO kabupaten lebong sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi yang mereka lakukan, informasi ini akan dibaca oleh masyarakat dan barangkali bermanfaat bagi mereka yang membaca. Dinas KOMINFO kabupaten lebong memiliki peran media sosial dalam mereka menyebarkan informasi.

Seperti yang dijelaskan atau dipaparkan oleh salah satu pegawai yang ada di dinas kominfo kabupaten lebong yaitu bapak Iwan Faraby, S.Sos pada kutipan berikut ini:

“ Media sosial instagram menuurt kami sangat cocok dalam menyebarkan informasi pada zaman sekarang ini, dan kami memiliki cara yang kami lakukan adalah dengan membuat berita atau informasi yang menarik dimana supaya bisa menarik kami mengambil bahan-bahan seperti gambar yang bagus, terang, dan tidak mereng sebelah hal ini akan membuat berita yang kami upload di media sosial menjadi bagus dan menarik untuk dibaca, kami juga membuat suatu berita dengan kata-kata yang bagus dan pastinya kami menggunakan 5W+1H sehingga berita yang dibaca oleh masyarakat tidak menimbulkan pertanyaan lagi dan sudah tertera semua apa, siapa, bagaimana dan sebagainya dalam berita tersebut. Kami menyusun kata-kata atau caption dalam penyebaran berita yang kami sebarakan melalui media sosial yaitu kami memilih bahasa yang baik dan benar dan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat dan caption yang kami buat tidak terlalu panjang akan tetapi memenuhi syarat berita yang membuat masyarakat tidak bertanya-tanya akan berita yang kami sebarakan, jika kami membuat

caption yang panjang maka akan menimbulkan kebosanan bagi pembaca dan hal inilah yang kami hindari. Dalam penyebaran berita tidak ada waktu khusus untuk mengupload video ataupun foto kemudian ditambahkan dengan caption yang menarik, karena biasanya selesai dari terjun lapangan maka langsung diproses setelah diedit dan proses lainnya maka langsung diupload dan jikalau prosesnya sampai malam maka akan kami upload juga selagi dibawah jam 9, karena kalau di atas jam sembilan banyak masyarakat atau pembaca yang sudah istirahat atau tidur sehingga uploadtan tersebut bisa tenggelam. Pada akun dinas kominfo ini berita yang kami sebarakan adalah berita yang berkaitan dengan pemerintahan kabupaten lebong baik di kabupaten lebong itu sendiri maupun di luar daerah. Berita yang kami sebarakan tidak hanya di daerah kabupaten lebong saja selagi berita tersebut berkaitan dengan pemerintahan lebong.

Sebelum kami menyebarluaskan informasi atau berita di akun dinas kominfo kabupaten lebong yang kami persiapkan adalah foto-foto hasil tim media center terjun ke lapangan dan memilih yang bagus dan fotonya tidak mereng ataupun yang tidak enak dilihat kemudian kata-kata yang menarik sehingga masyarakat akan tertarik untuk membaca berita atau informasi kami kembali. Dalam proses kami untuk mengolah berita atau informasi tidak sampai sehari intinya setelah mendapatkan bahan dari lapangan kami langsung memproses dan langsung diupload sehingga informasi tersebut langsung hari itu juga kami sebarakan. Kami tim bekerjasama agar berita yang kami sebarakan banyak diketahui oleh pembaca yaitu kami menyebarkan link berita ke grup whatsapp sehingga menambah pembaca berita atau informasi yang kami sebarakan dan hal tersebut kami selalu konsisten setiap ada berita baru kami langsung membagikan ke grup sehingga informasi yang kami sebarakan selalu yang terbaru.

Ketika kami terjun ke lapangan kami membawa alat-alat seperti camera, drone jika diperlukan dan ada juga handphone apabila dibutuhkan. Ketika terjun ke lapangan apabila salah satu tim kami mengalami kesulitan maka kami saling membantu satu sama lain sehingga apa yang kami butuhkan akan kami dapatkan sesuai dengan yang diinginkan. Kalau miss komunikasi tidak terlalu begitu fatal hanya saja ketika ada miss komunikasi palingan hanya masalah waktu. Peralatan kantor dinas kominfo sudah lengkap dan cukup untuk kami meliput berita. ”²⁵

Berdasarkan wawancara dengan informan 1 menjelaskan bahwa ada cara tersendiri yang digunakan dinas KOMINFO lebong dalam

²⁵Iwan Faraby, *Wawancara*, tanggal 06 Februari 2023, Pukul 10:15 Wib

menyebarkan informasi melalui instagram, mereka memiliki tahap yang dimana disebut dengan proses dalam pengolahan informasi yang nantinya informasi tersebut akan disebarakan melalui media sosial instagram.

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan informan 2 selaku tim media center kantor dinas KOMINFO lebong yaitu Tiwi Azahri mengenai peran media sosial instagram, berikut kutipan beliau:

“Peran instagram sangat penting bagi kami dalam menyebarkan informasi dimana ada proses dalam pengolahannya yaitu cara atau strategi yang kami lakukan ketika penyebaran informasi adalah dengan meliput berita ketika terjun kelapangan oleh tim lapangan dan kami edit sebagus mungkin dengan tujuan agar menarik untuk dibaca oleh masyarakat lebong khususnya. Kami mengolah caption atau kata-kata dengan semenarik mungkin dan kami pastinya menggunakan rumus 5W+1H dengan menggunakan rumus tersebut maka akan memenuhi apa saja yang kami beritakan sehingga tidak ada lagi yang bertanya-tanya seperti siapa yang melakukan kunjungan tersebut, kapanmereka melakukan kunjungan dan pertanyaan lainnya, maka dari itu kami selalu memakai rumus tersebut.

Dalam penyebaran berita kami tidak menentukan waktu khusus intinya jika sudah di edit dan beritanya juga sudah bagus dan caption sudah bagus juga maka kami langsung upload baik sing sore atau pun malam, dan kami tidak mengupload terlalu larut malam karena akan berpengaruh pada berita yang kami sebarakan. Kami juga menyebarkan berita berkaitan dengan pemerintahan daerah kabupaten lebong dan tidak meliput berita umum lainnya karena kami juga bertugas hanya berkaitan dengan berita pemerintahan khususnya kabupaten lebong. Kami menyebarkan berita tidak hanya yang ada dikabupaten lebong saja, kami juga mengupload berita yang terjadi di luar daerah kabupaten lebong apabila berkaitan dengan pemerintah daerah lebong. Ketika kami melakukan penyebaran berita kami mempersiapkan terlebih dahulu caption atau kata-kata yang tepat dan memenuhi syarat 5W+1H dan gambar yang telah diambil dilapangan. Dalam penyebaran berita kami membutuhkan waktu untuk proses pembuatan berita tidak terlalu lamo biasanya jika hari ini kami terjun kelapangan maka dalam proses pengeditan dan menyusun kata-kata dan langsung disebarakan sehingga tidak membutuhkan waktu selama sehari-hari. Kami memiliki tim media center untuk menyebarkan juga berita ke grup-grup agar lebih banyak lagi pembaca berita yang kami sebarakan dan kami lakukan setiap ada berita baru. Alat yang

biasanya kami bawa ketika terjun lapangan adalah seperti camera, drone untuk mengambil gambar ataupun video dilapangan. Ketika ada tim kami mengalami kesulitan dilapangan maka akan dibantu intinya kami harus bekerja sama dengan tim dan menyesuaikan diri di berbagai tugas yang kami jalani. Kalau saya belum pernah terjadinya miss komunikasi antar tim ya karena kami selalu komunikasi antar tim atau anggota media center. Peralatan yang kami miliki dan kami gunakan sudah lengkap. Kami hanya kekurangan tim lapangan ketika terjun lapangan kami hanya bertiga dan ada beberapa agenda dalam sehari yang kami turuni.
”²⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim media center kantor, ia menjelaskan bahwa ada rentetan proses yang digunakan dalam memperose berita hingga diposting dimedia sosial instagram, seperti yang kita ketahui dimana dalam sebuah postingan pasti ada proses sehingga bisa dibaca oleh masyarakat.

Hal senada juga diungkapkan oleh informan ke 3 yaitu tim media center lapangan, Meka Yuliana, berikut pemaparannya:

“ Cara kami supaya berita atau informasi yang kami sebarakan menarik dibaca oleh masyarakat maka kami membuat informasi semenarik mungkin untuk dibaca dimana kami membuat kata-kata atau caption yang mudah dipahami oleh masyarakat dan tanpa ada pertanyaan mengenai berita tersebut. Kami menyusun caption berita yang kami sebarakan melalui media sosial adalah dengan memilih kata yang mudah dipahami, tidak terbelit-belit dan tidak terlalu panjang karena akan menimbulkan kejenuhan bagi si pembaca, kami membuat kata-kata yang menarik menimbulkan rasa ingin membaca kembali berita yang kami sebarakan dan akan menanti berita kami berikutnya, kata-kata yang kami buat tidak menyinggung pihak tertentu supaya orang lain senang membaca informasi yang kami sebarakan. Kalau masalah waktu dalam penyebaran berita kami tidak ada waktu khusus, setiap kami terjun lapangan maka hari itu juga kami harus menyebarluaskannya sehingga besoknya kami akan membuat berita atau informasi baru terkait kegiatan pemerintah daerah ini, misalnya kami agak lama memposting informasi dan terlalu malam maka akan diposting besok pagi karena akan takut tenggelam berita yang di posting larut

²⁶Tiwi Azahri, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 10:30 Wib

malam, maka dari itu tidak ada waktu khusus bagi kami dalam penyebaran berita di media sosial. Berita yang kami sebar di media sosial berkaitan dengan pemerintah daerah Lebong dan kami hanya meliput agenda yang dilakukan pemerintah daerah kabupaten Lebong. Masalah tempat berita yang kami sebar di media sosial tidak terpaku hanya di kabupaten Lebong saja akan tetapi berita diluar kabupaten juga kami sebar asalkan berita tersebut berkaitan dengan pemerintah kabupaten Lebong. Yang harus kami persiapkan dalam menyebarkan berita di kabupaten Lebong adalah persiapan bahan yang harus disebarluaskan yaitu foto yang bagus dan caption yang menarik.

Proses pengolahan informasi tidak begitu lama paling hanya memerlukan beberapa jam setelah mendapatkan bahan dari lapangan setelah itu kami langsung posting di media sosial dan membagikan link di snap whatsapp agar diketahui banyak masyarakat. Kerjasama yang kami lakukan adalah dengan membagikan link postingan kami di grup dan di snap sehingga bisa membantu kami agar banyak yang mengetahui informasi yang kami sebar. Alat yang kami butuhkan ketika terjun ke lapangan adalah camera yang paling penting untuk mengambil gambar dokumentasi di lapangan. Ketika kami mengalami kesulitan dalam peliputan berita di lapangan maka kami meminta bantuan tim yang lain sehingga kesulitan yang kami hadapi dapat teratasi serta kami saling menutupi kesulitan antar tim apabila ada yang mengalami hal tersebut. Kalau masalah miskomunikasi kayaknya jarang terjadi dikarenakan kami saling berkomunikasi apabila ada agenda terjun ke lapangan dalam hal peliputan agenda pemerintah kabupaten Lebong. Alat yang kami gunakan ketika terjun ke lapangan sudah lengkap dan itu semua sudah disediakan oleh kantor dinas Kominfo kabupaten Lebong”.²⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim media center lapangan, Meka Yuliana selaku informan 3 ia menjelaskan cara dan proses dalam pengolahan informasi oleh dinas KOMINFO kabupaten Lebong.

Selanjutnya peneliti mewawancarai informan media center lapangan yaitu Rudi Hidayat, berikut kutipannya:

²⁷ Meka Yuliana, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 09:45 Wib

“Dalam penyebaran berita dikominfo kabupaten lebong strategi yang kami gunakan adalah dengan cara meliput atau mengambil gambar dengan bagus dan enak dilihat dengan ini akan memunculkan sendiri ketertarikan dari si pembaca. Ketika kami membuat atau menyusun kata-kata dalam pembuatan informasi yaitu kami memenuhi rumus 5W+1H yang akan membuat sipembaca mudah memahami apa yang kami tulis dan tidak menimbulkan pertanyaan di berita yang kami sebar, kata-kata yang kami buat tidak terlalu panjang dan tidak terlalu pendek sehingga pembaca tidak merasa bosan ketika caption yang kami sebar tidak berlebihan. Waktu kami memposting informasi dimedia sosial tergantung selesai atau belumnya berita diedit, jika sudah diedit maka kami langsung mengupload tanpa menunda-nunda karena biasanya hari itu kami terjun kelapangan maka hari itu juga kami menyebarkan berita itu, meskipun sudah malam tetap kami upload selagi masih dibawah jam 9 malam.

Berita yang kami sebar dimedia sosial melalui akun kominfo kabupaten lebong adalah berita yang berkaitan dengan pemerintahan kabupaten lebong yang dimana tim media center terjun langsung kelapangan dan mendokumentasi agenda tersebut setelah itu kami lanjut ke pemrosesan berita yang untuk disebar. Berita yang kami sebar tidak hanya yang lokasinya berada dikabupaten lebong akan tetapi diluar daerah juga kami upload jikalau ada kaitannya dengan pemerintahan lebong, seperti bapak bupati mengikuti rapat di jakarta maka akan kami posting juga yang harus kami persiapkan adalah caption yang menarik dan foto atau video yang menarik juga, karena akan berpengaruh minat baca masyarakat akan berita yang kami sebarluaskan. Waktu pengolahan berita sebenarnya tidak membutuhkan waktu lama sekitar satu jam berita yang kami proses bisa kami upload tanpa harus melalui proses panjang, apabila berita yang kami proses sampai malam maka akan kami upload juga tetapi tidak dengan larut malam yang akan membuat berita bisa tenggelam pada esok harinya. Cara kerjasama tim adalah dengan membagikan link postingan dimedia sosial pribadi kita yang akan membuat lebih banyak lagi masyarakat yang mengetahui berita yang kami sebar, karena pada zaman yang modern ini mulai dari kecil sampai yang lebih tua tidak buta kan media sosial. Yang kami bawa atau yang kami butuhkan ketika terjun kelapangan adalah camera yang pastinya, drone dan alat bantu lainnya.

Ketika ada salah satu diantara kami mengalami kesulitan maka kami akan menyampaikan ke tim yang lainnya untuk meminta bantuan dan kami saling membantu ketika mengalami kesulitan dan juga saling bekerja sama tim sehingga hasil yang diperoleh memuaskan. Kalau miss komunikasi itu jarang terjadi bahkan gak pernah terjadi dikarenakan kami saling berkomunikasi dengan baik dan saling membagikan informasi. Peralatan dinas

kominfo untuk kami terjun kelapangan sudah lengkap alat tersebut sudah disediakan oleh kantor, tinggal bagaimana kami yang mengelolah dan mempergunakan alat yang disediakan tersebut.”²⁸

Pada hasil wawancara dengan informan yaitu Rudi Hidayat, beliau mengatakan bahwa terdapat cara atau strategi dalam penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media sosial instagram serta waktu yang dibutuhkan tidak terlalu lama dalam pengolahan berita tersebut.

Selanjutnya dijelaskan oleh tim media lapangan Regen, berikut kutipannya:

“Strategi yang kami gunakan dalam penyebaran informasi ke masyarakat dengan cara mengambil foto yang menarik dan caption juga menarik, ada juga trik supaya masyarakat tertarik dengan berita atau informasi yang kami sebarakan adalah dengan cara mengambil gambar atau dokumentasi yang ada masyarakatnya ketika agenda terjun ke lapangan seperti misalnya bupati ikut serta perlombaan dalam rangka perayaan hari ulang tahun republik indonesia hal ini akan menarik seseorang yang merasa dirinya didokumentasi sehingga mere mencari akun dinas kominfo dan ingin melihat foto mereka yang akan ditampilkan dimedia sosial. Kami menyusun kata-kata atau caption untuk informasi atau berita dengan tidak terlalu panjang, jikalau menggunakan caption yang panjang masyarakat akan malas membacanya dan terkesan membosankan, intinya kata-kata harus jelas singkat dan lengkap dengan memenuhi syarat 5W+1H yang mencakup isi berita yang membuat masyarakat tertarik untuk membacanya.

Dalam penyebaran berita atau informasi itu tidak ada waktu khusus dalam penyebarannya, ketika berita selesai diedit maka akan langsung diupload ke media sosial tanpa ada waktu tertentu, kami mengupload informasi tersebut di hari yang sama dengan peliputan berita sehingga menyebarkan yang terbaru. Berita yang kami sebarakan dimedia sosial yaitu berita yang berkaitan dengan pemerintahan kabupaten lebong. Informasi yang disebarkan tidak berpatokan pada kabupaten lebong saja, akan tetapi menyebarkan informasi yang berada diluar daerah lebong juga apabila berkaitan dengan pemerintahan kabupaten lebong. Segala sesuatu yang harus kami persiapkan ketika ingin menyebarkan informasi adalah bahan-bahan untuk diupload seperti caption sudah dipersiapkan, foto atau

²⁸Rudi Hidayat, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 11:15 Wib

dokumentasi dari lapangan harus dipersiapkan secara menarik yang pada efeknya menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk membaca berita yang disebar. Dalam pengolahan berita yang dilakukan tidak membutuhkan waktu begitu banyak, hanya saja setelah diperoleh dokumentasi dari lapangan maka akan langsung diedit dan disiapkan caption yang menarik kemudian diupload ke media sosial. Kami antar tim saling bekerjasama mulai dari peliputan terjun kelapangan sampai berita sudah diproses kemudian kami sama-sama menyebarkan atau membagikan link ke media sosial juga supaya banyak diketahui oleh masyarakat lainnya. Alat yang kami butuhkan ketika terjun kelapangan adalah camera, drone bila dibutuhkan dan alat bantu lainnya. Intinya ketika kami mengalami kesulitan kami langsung menyampaikan ke tim lainnya agar dibantu dan tidak berpaku dititik tersebut. Bagi saya pribadi tidak ada terjadinya miss komunikasi antar tim karena kami selalu bekerja sama dan saling menyampaikan informasi. Peralatan kami terjun kelapangan sudah lengkap yang disediakan oleh kantor dinas kominfo kabupaten lebong.”²⁹

Dari pemaparan di atas oleh informan Regen ia menjelaskan dalam penggunaan media sosial instagram yang berhubungan dengan masyarakat maka kita juga harus mengaitkan postingan kita dengan masyarakat, seperti memposting berita atau informasi yang ada masyarakatnya.

Selanjutnya kutipan dari anak magang dari SMK Lenteng, Aldi febriansyah:

“Saya melihat kinerja kakak tim media centre atau karyawan yang ada dikominfo bekerja sama tim dengan baik dan saling membantu apabila ada yang membutuhkan pertolongan, menurut saya kominfo lebong sangat aktif dalam menyampaikan informasi terkini, saya juga melihat bahwa mereka bersemangat dalam memproses berita yang disebar ke masyarakat kabupaten lebong”.³⁰

²⁹Regen, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 11:30 Wib

³⁰Aldi Febriansyah, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 13:15 Wib

2. Faktor Pendorong dan Penghambat Dinas KOMINFO Lebong dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat.

Pada subbab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai apa saja yang menjadi faktor pendorong dan faktor penghambat dinas kominfo lebong dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan hasil observasi atau pengamatan selama dilapangan ataupun di instagram dinas KOMINFO kabupaten lebong. Berikut faktor pendorong dan penghambat dalam penyebaran informasi yang peneliti temukan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.2
Faktor Pendorong dan Penghambat Penyebaran Informasi

No	Faktor Pendorong	Faktor Penghambat
1	Kelengkapan Alat	Kekurangan Tim Lapangan
2	Kerjasama Tim	Terkendala Sinyal

Sumber: Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, mengenai apa saja faktor pendorong dan faktor penghambat dalam penyebaran informasi oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong dapat dilihat dibawah ini:

A. Faktor Pendorong

Adapun faktor pendorong dinas KOMINFO kabupaten lebong dalam menyebarkan informasi adalah:

1. Kelengkapan Alat

Pada kantor dinas KOMINFO kabupaten lebong sudah disiapkan peralatan baik dikantor maupun peralatan untuk terjun kelapangan hal ini ditandai dengan pemaparan oleh bapak Iwan Faraby selaku kasi pengelolaan saluran komunikasi.

“Peralatan kantor dinas kominfo sudah lengkap dan cukup untuk kami meliput berita”

Hal senada juga diungkapkan oleh tim media center kantor Tiwi Azahri, berikut pemaparannya:

”Peralatan yang kami miliki dan kami gunakan sudah lengkap yang disediakan oleh kantor KOMINFO ini, sehingga kami tidak perlu khawatir akan peralatan baik di kantor maupun dilapangan”

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai faktor pendorong dari penyebaran informasi oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong benar adanya, dengan adanya kelengkapan alat yang disediakan oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong maka akan memperlancar proses pengolahan atau pengambilan bahan untuk dijadikan informasi dan nantinya akan disebarakan melalui media sosial instagram.

2. Kerjasama Tim

Dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan maka diperlukan kerjasama antar tim, begitu juga yang dilakukan oleh tim dinas KOMINFO kabupaten lebong dimana mereka saling bekerja sama dalam segala hal sehingga dapat memperlancar apa yang menjadi tujuan mereka. Berikut pemaparan dari tim media center lapangan Meka Yuliana:

”faktor pendorong kami dalam menyebarkan informasi adalah kerjasama tim yang luar biasa sehingga hal ini juga mendorong semangat kami dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.”

Berdasarkan pemaparan diatas, MekaYuliana selaku informan tim media center lapangan, beliau menjelaskan bahwa

kerjasama tim akan membuat dan menciptakan semangat yang luar biasa dalam menyebarkan informasi.

Selanjutnya pemaparan dari tim media center lapangan Regen, berikut kutipannya:

“Kami antar tim saling bekerjasama mulai dari peliputan terjun kelapangan sampai berita sudah diproses kemudian kami sama-sama menyebarkan atau membagikan link ke media sosial juga supaya banyak diketahui oleh masyarakat lainnya”

Pemaparan diatas Regen menjelaskan kerjasama tim mereka mulai dari terjun kelapangan sampai penyebaran link ke grup whatsapp sehingga berdampak tingginya solidaritas antar tim.

Dari hasil wawancara oleh kedua informan mengenai kerjasama tim, dapat menjadi faktor pendukung penyebaran informasi yang dilakukan oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong.

B. Faktor Penghambat

Adapun faktor yang menghambat terjadinya proses penyebaran informasi adalah sebagai berikut:

1. Kekurangan tim media center lapangan.

Kekurangan tim media center lapangan dapat menghambat suatu proses penyebaran informasi dimana tim merasa kelelahan ketika ada agenda yang padat terjun ke lapangan. Seperti pemaparan dari salah satu tim media center lapangan Rudi Hidayat:

“Kendala yang kami alami ketika terjun kelapangan adalah kami kekurangan tim sehingga kelelahan jika agenda pemerintah lumayan banyak dalam sehari”

Dari kutipan diatas oleh tim media center lapangan, Rudi Hidayat menjelaskan mereka merasa kelelahan apabila ada agenda yang lumayan banyak dalam seharinya sehingga dapat berpengaruh terhadap penyebaran informasi oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong.

Hal senada yang dijelaskan oleh bapak Iwan Faraby selaku informan penelitian, berikut kutipannya:

“Masalah kendala itu hanya tim kami yang kurang khususnya tim lapangan”

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iwan Faraby selaku informan penelitian, bahwasanya faktor penghambat atau masalah yang mereka hadapi adalah kurangnya tim media center lapangan.

2. Terkendala Sinyal

Pada prose penyebaran informasi yang dilakukan oleh dinas KOMINFO kabupaten lebong terdapat faktor penghambat selain dari kurangnya tim media center lapangan yaitu terkendala oleh sinyal, dimana telah dijelaskan oleh informan penelitian Tiwi Azahri berikut:

“Penghambat kami dalam penyebaran berita yaitu kami menyebarkan berita pas dikantor apabila dirumah takutnya terkendala dengan sinyal, tidak hanya itu ada juga beberapa tempat di lebong ini terendala oleh sinyal, terkadang sinyal hilang timbul”

Dari pemaparan diatas yaitu wawancara dengan informan, dimana sinyal merupakan salah satu faktor penghambat dinas

KOMINFO kabupaten lebong dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.

Hal senada yang dijelaskan oleh bapak Iwan Faraby selaku informan penelitian, berikut kutipannya:

“Penghambat kami dalam menyebarkan informasi adalah adanya keterbatasan sinyal di daerah tertentu yang ada di kabupaten lebong sehingga sulit untuk mereka mengakses berita dan ada juga sinyal yang hilang timbul ketika ada cuaca buruk seperti hujan deras atau angin kencang”

Dari hasil wawancara diatas bahwa penghambat dari penyebaran informasi yaitu terkendala oleh sinyal, terkadang sinyal hilang timbul.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan, maka itulah faktor-faktor yang peneliti dapatkan selama penelitian dilapangan . penelitian ini tidaklah lengkap dan disetiap tempat pasti berbeda beda situasi yang dihadapi.

D. Pembahasan Penelitian

Dinas Kominfo Kabupaten Lebong merupakan dinas yang berfungsi menyebarkan informasi terkait apa saja kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah baik di kabupaten Lebong itu sendiri maupun kegiatan yang ada di luar kota yang berkaitan dengan pemerintah kabupaten Lebong, seperti contohnya Bupati kabupaten Lebong melaksanakan dinas luar sehingga hal ini juga di share atau disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dan media online lainnya. Dinas Kominfo Kabupaten lebong ini menerima juga anak magang yang berasal dari berbagai sekolah kejuruan yang ada di kabupaten lebong

dengan jurusan seperti multimedia dan mereka juga berpartisipasi apa saja yang ada di dinas kominfo tersebut, tetapi dengan terjun lapangan belum di lakukan karena masih tahap belajar.

Pada dinas kominfo kabupaten lebong terdapat 19 orang pegawai dan 20 orang tenaga honorer termasuk ada tim media centre berjumlah 5 orang (3 orang bertugas terjun lapangan dan 2 orang berada dikantor sebagai pengedit dan pengupload berita). Dinas kominfo juga memiliki strategi penyebarluasan berita atau informasi tidak hanya melalui media sosial tetapi juga seperti media cetak contohnya baliho. Dinas Kominfo kabupaten lebong ini terletak di Jl. Kompleks Perkantoran Tubei yang berada di Desa Tabeak Blau Kecamatan Pelabai kabupaten Lebong provinsi Bengkulu.

Dinas Kominfo ini juga membentuk kelompok-kelompok yang berfungsi mengumpulkan, mengedit, bahkan menyebarkan melalui media, dimana pada kominfo terdapat tim media centre yang berfungsi terjun ke lapangan untuk mendapatkan atau mengumpulkan bahan-bahan untuk diupload, tim ini turun langsung ke lapangan mengikuti apa saja agenda dari bupati kabupaten lebong. Setelah mendapatkan bahan untuk diupload kemudian di edit foto maupun caption yang ingin ditulis dalam sebuah informasi sehingga masyarakat lebong mudah mengetahui apa saja informasi yang berkaitan dengan pemerintah kabupaten lebong dalam hal ini kegiatan yang di upload yaitu kegiatan yang positif dan berkaitan dengan pemerintah daerah lebong.

Dinas kominfo ini memiliki berbagai cara ataupun strategi agar berita yang disebarluaskan tidak terjadi adanya hoax atau berita palsu, maka dari itu mereka memiliki tim yang turun langsung kelapangan dan mengambil gambar yang sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan sehingga tidak adanya berita yang palsu atau hoax. Kemudian untuk menarik minat masyarakat lebong khususnya untuk membaca informasi yang disebarluaskan yaitu dengan cara mengambil gambar yang bagus dan tidak mereng atau berbagai hal lainnya yang membuat masyarakat kurang minat untuk membaca informasi yang disebarkan, kemudian cara yang kedua yaitu dengan melibatkan masyarakat dengan kita melibatkan masyarakat semisal didalam foto kita mengambil sebagian ada masyarakatnya sehingga dia akan penasaran lalu membaca informasi yang di upload oleh dinas kominfo.

Dalam penyebaran informasi tidak memerlukan waktu khusus, jadi dalam hal ini ketika ada agenda yang berkaitan dengan pemerintah daerah maka akan di upload langsung setelah diedit kecuali tengah malam karena masyarakat malas membaca berita atau informasi, dalam penyebaran ini tidak boleh menyinggung pihak manapun dan yang di upload ini real dari apa yang didapatkan dilapangan tanpa direkayasa atau berita hoax.

Dalam penyebaran berita terdapat berbagai kendala seperti keterbatasan sinyal, karena di daerah kabupaten Lebong masih banyak daerah yang jangkauan sinyalnya susah dan bagi masyarakat yang berada di daerah tersebut susah untuk mengetahui informasi apa saja yang ada atau disebarluaskan hari ini, kemudia kendala yang lain yaitu ketika

membuat berita menggunakan caption yang panjang maka masyarakat ataupun audiens malas membaca jadi tim kominfo ini harus bisa merangkai kata-kata yang bagus dan tidak terlalu panjang tetapi merangkap semua isi berita yang disampaikan serta kendala yang dialami tim media centre di dinas kominfo kabupaten lebong adalah "keterbatasan anggota kami atau tim media centre sehingga mereka harus full terjun dilapangan tanpa ada pergantian orang" kata Iwan.

Dinas kominfo kabupaten lebong ini menyebarluaskan informasi dan sebelum itu mereka mengambil data atau mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan agenda pemerintah daerah lebong dan tidak boleh menghimpun berita yang sifatnya umum meskipun berita tersebut berada di kabupaten lebong. Kemudian berita yang disebarluaskan tidak hanya peristiwa yang ada di kabupaten lebong melainkan peristiwa yang ada sangkutannya dengan pemerintah kabupaten lebong, contohnya bupati lebong Bapak Kopli Ansori melakukan dinas luar ke Jakarta maka dinas kominfo juga melakukan penguploadan mengenai hal tersebut, kemudian contoh lain yaitu adanya isu mengenai sirup anak-anak yang bisa menyebabkan kanker sehingga berita ini juga disebarluaskan dengan melibatkan kepala Dinas Kabupaten Lebong.

Dalam pembuatan caption yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi tersebut dengan menggunakan rumus 5W+1H dengan begitu informasi atau berita yang disebarluaskan tidak menimbulkan pertanyaan lagi ataupun kejanggalan karena sudah mencakup hal-hal yang berkaitan dengan berita tersebut, dalam penyebaran informasi tersebut terdapat

manfaatbaik bagi si penyebar berita maupun bagi masyarakat yang membaca berita tersebut dimana manfaat bagi si penyebar berita yaitu mereka juga paham dan mengetahui bagaimana cara membuat berita yang benar dan bagaimana cara pengumpulan berita dengan terjun langsung kelapangan hal ini menjadi suatu keahlian yang dimiliki oleh anggota yang bekerja di dinas kominfo ini, adapun manfaat bagi masyarakat yaitu mereka menjadi tau apa saja informasi yang lagi hangat atau berita baru yang berkaitan dengan pemerintah daerah lebong.

Dinas kominfo ini juga memiliki fasilitas yang lengkap terkait pengumpulan ataupun pengeditan berita seperti camera, drone dan alat lainnya yang berkaitan dengan media, dengan adanya alat ini sangat membantu para tim media centre untuk mengumpulkan informasi dan untuk disebarluaskan. Visi Kominfo Kabupaten Lebong“Terwujudnya Lebong Smart City dan Masyarakat Informasi Menuju Lebong Maju Sejahtera dan Mandiri” Dari visi kominfo yang tertera di atas dimana mereka memiliki visi untuk menuju lebong yang Smart City artinya masyarakat lebong diharapkan bisa menjadi masyarakat yang cerdas, Smart City ini merupakan konsep kota cerdas yang sengaja dirancang untuk membantu masyarakat dalam berbagai hal , terutama dalam upaya pengelolaan sumber daya yang ada secara efisien, serta mempermudah masyarakat untuk mengakses berbagai macam informasi hingga untuk mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya.

Dengan mewujudkan visi kominfo tersebut maka di butuh cara agar visi tersebut bisa dicapai, adapun cara atau misi yang digunakan yaitu

“Mendukung Efisiensi dan Efektivitas Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Teknologi Informasi” dengan hal ini dinas kominfo kabupaten lebong sangat mendukung apa saja tata kelola yang digunakan berkaitan dengan teknologi informasi sehingga dengan mudah bisa memberikan informasi secara terus menerus kepada masyarakat.

Masyarakat juga mudah untuk mengakses informasi, dengan hal ini akan membuat dikit demi sedikit masyarakat lebih telaten atau lebih smart dalam menghadapi teknologi yang semakin maju serta menjadikan suatu nilai lebih untuk kemajuan suatu daerah, khususnya daerah kabupaten lebong. Kemudian yang kedua “Meningkatkan Kualitas Layanan dan Pengelolaan Informasi Publik Komunikasi dan Informatika” dengan mereka meningkatkan layanan dan pengelolaan informasi publik komunikasi dan informatika yang menjadi jembatan bagi masyarakat yang ingin mengasah keahlian dalam hal komunikasi dan informatika.

Selain dari visi-misi, dinas kominfo kabupaten lebong juga memiliki fungsi yang pertama Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik, kemudian yang ke dua, Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik, yang ketiga, Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika,

penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik, yang keempat, Pelaksanaan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika, serta Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Peran Media Sosial (Instagram) Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (Diskominfo SP) Kabupaten Lebong dalam Menyampaikan Informasi kepada Masyarakat.

1. Dinas kominfo lebong memiliki peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat dimana memiliki strategi atau cara dalam proses pengolahan informasi tersebut.
2. Adapun penghambat yang dialami oleh dinas kominfo berupa kekurangan tim media center lapangan dan ada beberapa daerah yang susah akan sinyal internet sehingga menghambat informasi dan mengakses informasi, kemudia faktor pendorongnya adalah kelengkapan alat dalam terjun kelapangan dan kerjasama tim yang solid.

B. Saran

Adapun saran dari peneliti antara lain:

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan terkait strategi yang dilakukan dinas kominfo kabupaten lebong dalam penyebaran informasi melalui media sosial dan supaya menjadi bijak dalam bermedia sosial.
2. Bagi dinas kominfo kabupaten lebong agar menambah tim media center khususnya bagian lapangan agar tim bisa bergantian terjun kelapangan apabila ada agenda pemerintah yang cukup padat sehingga data ataupun gambar yang diambil dilapangan benar-

benar valid dan tim tidak terlalu kelelahan dalam mengelolah data yang ingin diberitakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Rati, “*Etika Wartawan Dalam Peliputan Berita Kriminal Di Inewstv Sumsel*” Skripsi. Palembang: Fak. Dakwah dan Komunikasi, 2016).
- Azahri, Tiwi, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 10:30 Wib
- Darmawan, Deni, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Darmawan, Deni, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Effendy, Onong Uchjana “*Ilmu Komunikasi dan Praktek*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).
- Effendy, Onong Uchjana, “*Ilmu Komunikasi dan Praktek*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).
- Effendy, onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung Remaja Rosdakarya), 2006.
- Elvinaro, Ardianto, *Metode Penelitian Untuk Publik Relation*, (Bandung : Simbiosis Rekatama. 2010).
- Faraby, Iwan, *Wawancara*, tanggal 06 Februari 2023, Pukul 10:15 Wib
- Febriansyah, Aldi. *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 13:15 Wib
- Fitri Z.M, & Edlina, R. (2022). Strategi Komunikasi Kominfo Pada Program Podcast Di Media Youtube Dalam Menyampaikan Informasi Pada Masyarakat Kota Padang Panjang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2).

- Hamali, Arif Yusuf, “*Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*”, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).
- Hamali, Arif Yusuf, “*Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*”, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).
- Hidayat, Rudi, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 11:15 Wib
- Komalasari Bakti dan Adinda Naumi, *Komunikasi Antar Budaya*, (Curup: LPP2 STAIN CURUP, 2013).
- Liliweri, Alo, *Strategi Komunikasi Masyarakat*. (Yogyakarta: LKIS Printing Cemerlang), 2010.
- Mardiana W, Hamim, H., & Widiyanto, K. (2017). Strategi komunikasi public relations Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan citra di mata publik. *Jurnal Representamen*, 3(02).
- Nur E, (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar. *Jurnal Diakom*, 2(1).
- Poentarie E, (2013). Penerapan strategi komunikasi pada “plik nanggulan 2”. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 17(2).
- Pratama, M. H. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Kominfo Kota Palembang Dalam Mengelola Event Di Masa Pandemi. *JSIKOM (Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi)*, 2(2).
- Putri A.R, (2021). Strategi Komunikasi Krisis Dinas Kominfo Kota Kediri Dalam Menanggulangi Disinformasi COVID 19. Al-Tsiqoh: *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 6(2).
- Regen, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 11:30 Wib
- Salimah S, Nuraeni, R., & Haqqu, R. (2021). Strategi Komunikasi Tim Gugus Tugas Covid-19 Dalam Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(2).

- Sanjaya, Wina, *Media Komunikasi Pembelajaran*, (.Jakarta: Prenadamedia Group, 2012).
- Setiawan, M. Agus, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Harum Bakery & Cake’s Curup*” Skripsi (Curup: Fak. Fuad IAIN Curup, 2019).
- Sodikin, Ali, “Teori Pers” *Jurnal komunikasi* (2012)
- Sukma A. H, & Pranawukir, I. (2020). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Jaringan Franchise Warung Tegal Kharisma Bahari. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2).
- Susilo Yosafat Basal & Iin Rahmi Handayani , “*Strategi Komunikasi Pemasaran PT Grahawita Santika Dalam Memasarkan Hotel Amaris Jakarta*”. Vol. 1, no. 2 (2016).
- Syarif N, Roem, E. R., & Arif, E. (2021). Strategi komunikasi pemerintah kota pariaman pada program satu keluarga satu sarjana. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1).
- Tabroni, Roni, *Komunikasi Politik Pada Era Media*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014).
- Tessa Adinda Naumi & Sumarni Sumai, “*Strategi Pemulihan Citra STAIN Curup*”, vol.1, no. 2(2016).
- Utomo E.S , Sukabdi, Z. A., & Priyanto, S. (2022). Strategi Pencegahan Radikalisasi Melalui Media Sosial Selama Pandemi COVID-19 Oleh Kementrian Komunikasi Dan Informatika (KOMINFO. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8).
- Yuliana, Meka, *Wawancara*, tanggal 08 Februari 2023, Pukul 09:45
Wib

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wan Farby

Jabatan : Kasi pengolahan saktan komunikasi

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti

Nim : 19521039

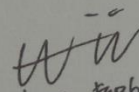
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari Senin tanggal 06-02-2023, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini diuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 06 Februari 2023

Mengetahui



Wan Farby

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tiwi Azahri

Jabatan : Tim Media Center Kantor

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti

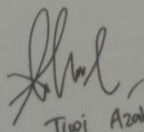
Nim : 19521039

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari tanggal, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarakan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini diuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 8 Februari 2023
Mengetahui


Tiwi Azahri

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meka Yuliana

Jabatan : Tim media center lapangan

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti

Nim : 19521039

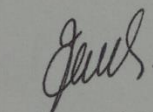
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari Rabu tanggal 08-02-2023, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini diuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 8 februari 2023

Mengetahui



Meka Yuliana

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rudi Hidayat

Jabatan : Tim media center Lampung

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti

Nim : 19521039

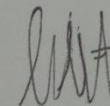
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari lebi tanggal 01-02-2023, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini diuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 8 Februari 2023

Mengetahui



Rudi Hidayat

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezen

Jabatan : Tim media center lapangan

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti

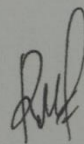
Nim : 19521039

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari Rabu tanggal 08-02-2023, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 8 Februari 2023
Mengetahui


Rezen

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldi Febriyansyah

Jabatan : Anak Masyrg (smk Lenteng)

Menerangkan bahwa :

Nama : Lina Febriyanti


Nim : 19521039

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi KPI IAIN Curup

Benar telah menjumpai saya untuk mengadakan wawancara pada hari Rabu tanggal 08-02-2023, yang berkenaan dengan pembuatan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (DISKOMINFO SP) Kabupaten Lebong dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial (Instagram) Kepada Masyarakat"

Demikianlah surat keterangan wawancara ini diuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lebong, 8 Februari 2023
Mengetahui


Aldi Febriyansyah

Lampiran



WawancaraPeneliti



RapatKoordinasi Tim TPIP tahun 2020



Pelepasan mahasiswapenerima beasiswa kabupatenLebong 30



Kunjungan bupatiLebong ke IAIN curup



BupatiLebong menghadiri panen raya di desa Talang Leak 2



Penyaluran bantuan oleh dharma wanita