

Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam Sebagai Alat Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat

Prishilia Anggraini¹, Ageng Rara Cindoswari²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam
email: pb191110047@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Social media is very important for the people of Batam City because it is useful in providing information quickly, efficiently and accurately through various communication channels used by organizations, companies and the government. Social media has become an important communication tool in the digital era, enabling the dissemination of information in real-time and reaching a wide audience. This research uses a qualitative method with a case study approach involving observation, content analysis, and interviews with Diskominfo and Instagram users in Batam City. The research results show that technological developments encourage Diskominfo to adopt Instagram as an effective and efficient communication tool in conveying important information to the public. Visual content such as infographics, videos and interactive stories can attract attention and increase public engagement. Consistent post scheduling strategies and the use of interactive features, such as live streaming and Q&As, also play an important role in increasing engagement. The challenges faced include increasing digital literacy and information accessibility for all levels of society. In conclusion, in an era of rapid technological development, Instagram has become a vital medium for the Batam City Diskominfo in supporting effective communication between the government and the community.

Keywords: *Diskominfo Kota Batam, Social Media, Instagram*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi utama yang digunakan oleh berbagai lembaga pemerintah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu platform media sosial yang sangat populer dan efektif adalah Instagram. Dengan fitur-fitur visual yang menarik dan interaktif, Instagram memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Dalam konteks pemerintahan, pemanfaatan Instagram sebagai alat komunikasi menjadi semakin penting untuk mencapai transparansi, partisipasi, dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai program dan kebijakan pemerintah. Diskominfo Kota Batam sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam bidang komunikasi dan informatika, telah memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Akun Instagram Diskominfo Kota Batam (@diskominforbatam) digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk dalam penyebaran informasi

mengenai pengumuman kebijakan pemerintah, sosialisasi program-program pemerintah, serta edukasi masyarakat tentang teknologi dan layanan publik. Melalui Instagram, Diskominfo Kota Batam berupaya untuk menjangkau masyarakat lebih luas dan efektif. Efektivitas pemanfaatan media sosial oleh pemerintah bergantung pada beberapa faktor, antara lain kualitas dan akurasi informasi yang disampaikan, keterjangkauan informasi oleh masyarakat, serta interaksi dan responsivitas. Dalam hal ini, Instagram menawarkan berbagai fitur yang mendukung penyebaran informasi yang efektif, seperti postingan gambar dan video, cerita (stories), IGTV, serta fitur interaktif seperti polling dan tanya jawab. Pemanfaatan fitur-fitur ini dengan baik dapat meningkatkan engagement dan keterlibatan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pemanfaatan Instagram oleh Diskominfo Kota Batam sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai sejauh mana Instagram mampu

menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi dari pemerintah kepada masyarakat. Dalam konteks ini, teori Uses and Gratifications (U&G) menjadi relevan untuk menganalisis bagaimana masyarakat Kota Batam menggunakan Instagram Diskominfo sebagai sumber informasi. Teori ini menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media dan konten untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dengan memahami motivasi dan kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi melalui Instagram, Diskominfo Kota Batam dapat merancang strategi konten yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk observasi langsung, wawancara dengan staf Diskominfo, serta survei kepada masyarakat pengguna Instagram. Analisis data akan dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana Instagram Diskominfo Kota Batam berhasil memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan bagaimana interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial ini. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami peran media sosial, khususnya Instagram, dalam konteks komunikasi pemerintah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Diskominfo Kota Batam dan lembaga pemerintah lainnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara lebih efektif dan efisien.

KAJIAN TEORI

2.1. Teori Uses and Gratification

Dalam penelitian ini, Teori yang digunakan ialah Teori Uses and Gratification yang dikemukakan oleh Elihu Katz (1959). Dalam Teori Uses and Gratifications ini berkaitan dengan pemahaman bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini mengasumsikan bahwa individu secara aktif memilih media dan konten berdasarkan kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, identitas pribadi, interaksi sosial, dan lain-lain. Dalam konteks penggunaan Instagram Diskominfo Kota Batam, teori Uses and Gratification dapat menjelaskan mengapa masyarakat memilih untuk mengikuti akun

Instagram Diskominfo Kota Batam dan bagaimana mereka menggunakan informasi yang disajikan (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Teori Uses and Gratification dapat dilihat sebagai kelanjutan dari konsep kebutuhan dan teori motivasi yang diperkenalkan oleh Abraham Maslow. Teorinya adalah bahwa individu yang secara aktif berusaha memuaskan kebutuhannya sendiri dan beralih ke kebutuhan lain setelah kebutuhan sebelumnya terpenuhi (Husna & Rianto, 2021).

Umumnya, individu secara aktif mencari dan menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tertentu, seperti mengumpulkan informasi, pengetahuan, meningkatkan keterampilan praktis, bersenang-senang, meningkatkan keahlian di bidang favorit, bersosialisasi, atau bertemu orang baru. (Dolan et al., 2016) (Stafford et al., 2004). Perbedaan motivasi dalam menggunakan media sosial berkaitan dengan cara pengguna berinteraksi. Secara pribadi, ini memfasilitasi komunikasi interaktif. Keterjangkauan media sosial adalah pilihan tindakan yang ditawarkan teknologi kepada pengguna. Keterjangkauan mengacu pada potensi penggunaan yang tersedia bagi pengguna teknologi untuk mencapai hasil dan tujuan jangka pendek. (Karahanna et al., 2018). Penting juga untuk dipahami bahwa setiap platform media sosial memiliki fitur berbeda dan menawarkan kemampuan berbeda untuk memenuhi kebutuhan psikologis individu.

Layanan ini berperan sebagai perantara yang memotivasi individu dalam menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Thomas Ruggiero mengidentifikasi tiga ciri komunikasi berbasis komputer (internet) yang akan menjadi fokus penelitian bagi para peneliti yang menggunakan pendekatan Teori Uses and Gratifications yakni Pertama, Interaktivitas yang merujuk pada kemampuan seseorang dalam proses komunikasi untuk mengontrol perannya (baik sebagai komunikator atau komunikan). Kedua, demasifikasi yang menggambarkan kebebasan pengguna media dalam memilih dari pilihan yang beragam. Ketiga, asinkronisitas yang merujuk pada pesan dalam lingkungan internet yang memungkinkan komunikator dan komunikan berinteraksi pada waktu yang berbeda namun tetap memungkinkan interaksi sesuai dengan keinginan mereka; ini memungkinkan pengguna media untuk mengirim, menerima, dan menyimpan pesan sesuai dengan preferensi individu mereka.

2.2. Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemerintah

Media sosial telah merubah cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Sebagai alat komunikasi, media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, serta menyediakan platform interaktif bagi Diskominfo untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Media sosial menurut Kaplan dan Haenlein merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi yang memungkinkan adanya penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Dalam konteks pemerintahan, media sosial digunakan untuk berbagai tujuan, seperti menyebarkan informasi kebijakan, mengedukasi masyarakat, dan meningkatkan partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Nasrullah media sosial merupakan suatu media yang membantu penggunaannya untuk dapat berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, atau bahkan membentuk relasi sosial secara virtual.

Pada penelitian terdahulu mengatakan bahwa media sosial perlahan-lahan digunakan oleh pemerintah di seluruh dunia, termasuk pemerintah di Indonesia. Media sosial digunakan sebagai cara untuk memberikan layanan, membuat kebijakan publik, dan mengumpulkan beragam pendapat dari masyarakat (Ulayya et al., 2022). Dengan adanya media sosial, Diskominfo dapat membantu dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

2.3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan penyampaian pesan melalui media kepada banyak orang. Media massa, seperti radio, televisi, telepon genggam, surat kabar, dan majalah, sangat penting untuk menyebarkan informasi, pesan, atau berita kepada masyarakat. Informasi dari media massa sering menjadi bahan perbincangan dan membentuk berbagai opini. Menurut teori spiral keheningan, opini masyarakat dapat berbeda karena dampak paparan media yang berbeda pada setiap individu. Pesan dari media massa bersifat umum dan ditujukan untuk kepentingan bersama, membantu masyarakat menerima dan mendistribusikan informasi.

Media massa memberikan penjelasan mengenai peristiwa, menghubungkan elemen-elemen masyarakat, mengajarkan nilai-nilai, dan memberikan hiburan seperti membaca berita di majalah atau mengikuti informasi terkini. Komunikasi massa lebih kompleks dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya karena sulitnya mengidentifikasi pembuat pesan atau

pihak yang bertanggung jawab atas kontennya. Pesan dalam komunikasi massa ditujukan kepada khalayak luas dan menyebar cepat karena media ini mudah diakses. Informasi diterima oleh masyarakat awam secara serempak, dengan tujuan utama untuk menyampaikan pesan secara umum. Hal ini memungkinkan pesan tersampaikan dengan cepat dan merata.

Komunikasi massa memiliki karakteristik yang khas, yaitu bersifat satu arah karena tidak adanya interaksi langsung antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dalam komunikasi massa, pesan disampaikan dari satu sumber, seperti media televisi, radio, surat kabar, atau platform digital, kepada sejumlah besar orang tanpa adanya kesempatan untuk melakukan dialog secara real-time. Karena tidak ada pertemuan langsung antara pengirim dan penerima pesan, dialog yang memungkinkan adanya pertukaran ide, pendapat, atau umpan balik secara langsung tidak terjadi.

Komunikator dalam komunikasi massa, seperti penyiar berita atau penulis artikel, terlibat dalam aktivitas menyampaikan pesan dengan cara yang terstruktur dan seringkali satu arah. Mereka menyiapkan, mengemas, dan mengirimkan informasi kepada audiens yang luas. Di sisi lain, komunikasi atau audiens hanya terlibat dalam aktivitas menerima informasi tersebut. Mereka membaca, menonton, atau mendengarkan konten yang disampaikan tanpa memiliki kemampuan untuk memberikan respons langsung yang dapat segera diketahui oleh pengirim pesan. Hal ini mengakibatkan komunikasi menjadi searah, di mana aliran informasi hanya bergerak dari komunikator ke komunikan tanpa adanya interaksi balik yang langsung.

Salah satu ciri khas dari komunikasi massa adalah keterlambatan atau ketidaklangsungan umpan balik. Umpan balik atau respons dari audiens terhadap pesan yang diterima tidak dapat segera dikomunikasikan kembali kepada pengirim pesan. Faktor utama yang menyebabkan keterlambatan ini adalah proses komunikasi yang tidak melibatkan interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Misalnya, ketika seseorang menulis surat kepada redaksi surat kabar atau mengirim komentar pada sebuah program televisi, butuh waktu bagi redaksi atau tim program untuk menerima, membaca, dan merespons umpan balik tersebut. Ini berbeda dengan komunikasi tatap muka di mana umpan balik bisa diberikan dan diterima secara langsung, memungkinkan terjadinya dialog dan penyesuaian pesan secara segera.

Selain itu, media massa sering kali

menggunakan mekanisme penyampaian pesan yang bersifat satu arah ini untuk mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif. Pesan yang disampaikan biasanya telah melalui berbagai proses seleksi dan penyuntingan untuk memastikan bahwa konten yang diterima oleh audiens adalah konten yang telah dipertimbangkan dengan baik oleh pihak media. Dengan demikian, meskipun komunikasi massa tidak memungkinkan adanya dialog langsung, media tetap dapat mengendalikan kualitas dan arah pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, komunikasi massa tetap memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat, meskipun dengan keterbatasan interaksi langsung dan umpan balik yang tidak seketika. Ketidaktangrungan dalam umpan balik bukan berarti komunikasi ini tidak efektif, tetapi menunjukkan bahwa ada perbedaan mendasar dalam cara pesan dikirim dan diterima dibandingkan dengan komunikasi interpersonal yang lebih interaktif dan langsung.

2.4. Instagram Sebagai Wadah Komunikasi

Instagram merupakan salah satu wadah media sosial yang paling populer dengan fitur-fitur visual yang kuat, seperti gambar, video, instastory, dan siaran langsung. Fitur-fitur visual dan interaktif Instagram memungkinkan Diskominfo Kota Batam untuk menyampaikan pesan-pesan mereka dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Kemudahan mengakses internet melalui berbagai penyedia layanan membuat Instagram lebih populer dibandingkan wadah media sosial lainnya belakangan ini. Instagram memiliki lebih banyak pengguna dibandingkan media sosial lainnya. (Inayah & Harianto, n.d.). Pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan usia 28-24 tahun mencapai sebanyak 33,90 juta atau sekitar (19,8% pengguna perempuan dan 17,5% pengguna laki-laki). Dari persentase ini dapat diketahui bahwa Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling digemari masyarakat Indonesia, maka dari itu tidak diherankan mengapa Instagram menjadi aplikasi media sosial ke-3 yang paling digemari. Instagram memiliki kelemahan dan kelebihan, diantaranya ialah :

1. Kelebihan Instagram

Instagram hanya berfokus pada konten visual, sehingga penjelasan teks yang panjang dan mendetail sering kali tidak efektif atau terbatas. Bisnis atau individu yang tidak

memiliki konten visual yang kuat mungkin kesulitan menarik perhatian audiens. Algoritma Instagram sering berubah, sehingga konten pengguna mungkin tidak selalu menjangkau semua pengikut mereka. Pengguna harus berhati-hati terhadap potensi pelanggaran privasi dan keamanan data pribadi.

2. Kelemahan Instagram

Menyampah (Spamming), Ini menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki Instagram, dimana orang akan dengan mudahnya menulis dan membagikan komentar negatif yang cenderung kasar terhadap apa yang sudah diunggah oleh pengguna melalui fitur kolom komentar. Terbuka untuk semua jenis konten, tidak adanya batasan bagi para pengguna yang memanfaatkan Instagram, dampak yang didapat ialah Instagram menjadi tidak luput dari konten yang mengarah kepada konten negatif yang bisa disebarluaskan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

2.5 Informasi

Informasi merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan pengetahuan atau pemahaman kepada seseorang tentang sesuatu hal atau keadaan. Menurut Joseph M. Caruso dan Roger M. King Informasi adalah produk dari proses komunikasi, yang terdiri dari tanda-tanda, data, atau pesan yang memiliki makna atau nilai bagi penerima. Informasi bisa berupa sebuah data, fakta, atau pesan yang disampaikan melalui berbagai media seperti lisan, tulisan, gambar, atau video. Pentingnya informasi terletak pada kemampuannya untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain atau untuk mempengaruhi pemikiran, tindakan, atau keputusan seseorang. (Fauzi Fadhillah & Neni Yulianita, 2023) Dalam era digital saat ini, informasi juga sering dikaitkan dengan teknologi dan proses pengolahan data untuk menghasilkan pengetahuan yang lebih mendalam atau solusi untuk masalah yang kompleks. George Miller mengatakan bahwa Informasi adalah apa yang diperoleh seseorang melalui pengalaman dan pengamatan, yang dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang dunia.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian kualitatif merujuk pada jenis penelitian yang dilakukan ketika suatu masalah telah diteliti secara kualitatif namun masih belum terungkap secara

lengkap atau belum ada penyelesaiannya. Menurut Moleong (2005:4), penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian di mana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar, dan bukan angka. Data tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumentasi pribadi, catatan, memo, dan dokumen lainnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui analisis mendetail terhadap data yang bersifat non-numerik.

Melalui penelitian, masyarakat dapat memanfaatkan hasil penelitian mereka sendiri. Secara umum, data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui penelitian dapat digunakan untuk memahami, menyelesaikan, dan memprediksi suatu masalah (Rusandi & Rusli, n.d.). Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah akun Instagram @diskominfo Batam. Namun, objek penelitian juga mencakup berbagai bentuk percakapan atau interaksi yang terjadi di akun tersebut, seperti melalui caption, komentar, atau pesan langsung (direct message) yang dilakukan oleh para pengikut, baik yang aktif maupun yang tidak mengikuti akun tersebut. Tempat penelitian ini akan dilakukan di Kantor Diskominfo Kota Batam dan akun Instagram @diskominfo Batam, dengan beberapa kali kunjungan lapangan pada bulan Desember untuk melakukan wawancara dengan 5 responden dan 3 informan.

Metode penelitian menjelaskan secara singkat dan jelas tahapan-tahapan yang dilakukan pada proses pelaksanaan penelitian. Metode penelitian berisikan tahapan penelitian, lokasi penelitian, variabel yang diteliti/diukur, populasi dan sampel penelitian (sampel penelitian menjelaskan juga teknik pengambilan sampel), hipotesis penelitian, model penelitian yang digunakan, rancangan penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis dari hasil pengolahan data.

Teknik pengumpulan data sendiri mengacu pada metode yang fokus pada perolehan pemahaman lebih mendalam atas pengalaman dan pandangan individu atau kelompok tertentu. Peneliti menggunakan teknik ini dengan menggunakan alat seperti wawancara dan observasi. Menurut Morris (1973: 906) Observasi didefinisikan sebagai suatu tindakan mencatat kejadian atau fenomena dengan bantuan alat tertentu serta mencatatnya untuk tujuan ilmiah atau keperluan lainnya. Dalam pengertian lebih luas, observasi merupakan rangkuman impresi mengenai lingkungan sekitar berdasarkan semua kemampuan indra manusia. Teknik observasi dalam

penelitian ini mengacu pada pengamatan langsung terhadap interaksi antara Diskominfo Kota Batam dan pengikut akun Instagram @diskominfo Batam melalui platform Instagram. Observasi dilakukan secara cermat untuk memahami bagaimana konten diposting, jenis interaksi yang terjadi antara pemerintah daerah dan pengikutnya, serta dinamika respons dari masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam terbukti sangat efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penggunaan Instagram telah berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti yang terlihat dari evaluasi yang mempertimbangkan tingkat interaksi dan keterlibatan masyarakat di Kota Batam, serta pencapaian sasaran yang telah ditetapkan oleh Diskominfo Kota Batam. Faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pemanfaatan Instagram oleh Diskominfo Kota Batam meliputi kemampuan menyampaikan informasi yang relevan dan bermanfaat, identifikasi yang jelas terhadap penyampaian informasi oleh individu atau lembaga, serta ketersediaan sarana untuk integrasi dan interaksi sosial. Media sosial Instagram Diskominfo Kota Batam telah berperan secara optimal dalam menyebarkan informasi, dengan keberadaan akun ini memungkinkan akses informasi yang mudah di mana pun dan kapan pun. Hal ini telah berkontribusi signifikan dalam meningkatkan transparansi dan partisipasi masyarakat dalam urusan pemerintahan.

Pemanfaatan media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batam dalam penyampaian informasi telah terbukti sangat berhasil dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui berbagai fitur yang tersedia seperti postingan, story, dan live video, Diskominfo Kota Batam mampu tidak hanya menyampaikan informasi secara efektif tetapi juga menarik perhatian masyarakat. Konten-konten yang bervariasi tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk mengedukasi masyarakat tentang berbagai kebijakan, layanan publik, acara lokal, serta situasi darurat yang relevan. Evaluasi terhadap efektivitas pemanfaatan Instagram ini dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa indikator utama. Pertama, tingkat interaksi yang dicapai dengan masyarakat, seperti jumlah like, komentar, dan

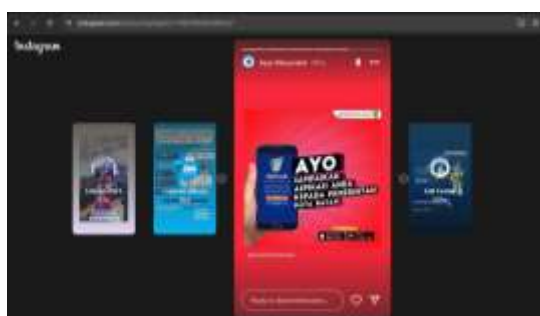
bagikan dari setiap postingan. Kedua, keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai kegiatan atau dialog yang diinisiasi melalui platform tersebut, yang tercermin dalam partisipasi dalam polling, kuis, atau diskusi online.

Selain itu, evaluasi juga mencakup pencapaian sasaran yang telah ditetapkan oleh Diskominfo Kota Batam, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, perubahan perilaku positif dalam menghadapi situasi tertentu, atau peningkatan dalam pemanfaatan layanan publik yang tersedia. Dengan pendekatan ini, Diskominfo Kota Batam terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas dan aksesibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui Instagram, sebagai bagian dari upaya mereka untuk membangun komunikasi yang lebih transparan, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan serta aspirasi masyarakat Kota Batam.

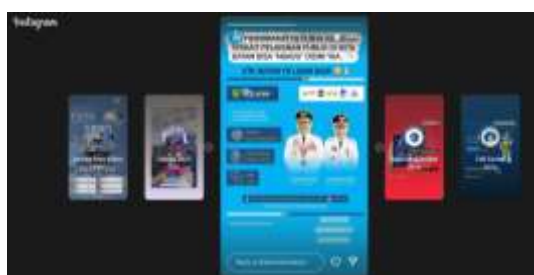
Instagram merupakan sarana terpenting dalam mengkomunikasikan informasi kepada publik. Berikut jenis konten yang biasa diposting di akun Instagram Diskominfo Kota Batam:

1. Informasi Layanan Aduan dan Aplikasi

Memanfaatkan fitur story dan feeds pada Instagram untuk memberikan info mengenai layanan aduan yang disediakan diskominfo untuk masyarakat yang memiliki keluhan dan aduan terkait pelayanan publik di kota Batam.



Gambar 1. Story Aplikasi untuk masyarakat
Sumber: Instagram @diskominfobatam



Gambar 2. Story Layanan Aduan

Sumber: Instagram @diskominfobatam

2. Edukasi dan Informasi

Sebagai media yang memberikan edukasi terkait tips dan infografis mengenai suatu informasi yang dapat digunakan oleh masyarakat.



Gambar 3. Feed Infografis Tips Edukasi
Sumber: Instagram @diskominfobatam

3. Program dan kegiatan pemerintah

Memberikan informasi mengenai program yang telah dijalankan oleh pemerintah meliputi pembangunan infrastruktur, informasi seminar dan lainnya.



Gambar 4. Feed Program dan Kegiatan Pemerintah
Sumber: Instagram @diskominfobatam

4. Ucapan hari besar

Memanfaatkan Instagram sebagai media untuk memberikan informasi mengenai peringatan hari besar serta ucapan peringatan pada hari besar tersebut.



Gambar 5. Feed Ucapan Hari Besar
Sumber: Instagram @diskominfobatam

5. Event

Menyampaikan informasi mengenai event

yang di selenggarakan di kota batam guna memberikan info kepada masyarakat agar turut andil dalam memeriahkan event yang di selenggarakan.



Gambar 6. Feed Event MTQH X Provinsi
Sumber: instagram @diskominfobatam

6. Info lomba

Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai lomba yang di selenggarakan oleh pemerintah atau yang bekerjasama dengan pihak lain.



Gambar 7. Info Lomba Kota Batam
Sumber: instagram @diskominfobatam

7. Penghargaan dan prestasi

Konten yang berisi penghargaan dan prestasi yang di terimas oleh pemerintah kota batam atau individu yang memiliki prestasi.



Gambar 8. Feed penghargaan dan Prestasi
Sumber: instagram @diskominfobatam

Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi terbukti efektif. Instagram memungkinkan penyajian konten yang menarik dan mudah dipahami, meningkatkan keterlibatan dan partisipasi komunitas. Fitur interaktifnya mendukung transparansi dan dialog dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Meski tantangan kesenjangan digital masih ada, Instagram secara keseluruhan telah mampu berkembang menjadi platform komunikasi yang efisien dan efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

SIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini menekankan keefektifan penggunaan media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Batam sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram adalah platform yang sangat efisien dalam menjangkau dan berinteraksi dengan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor utama.

1. Pertama, penggunaan Instagram memungkinkan Diskominfo Kota Batam untuk menyampaikan informasi secara cepat dan real-time. Fitur-fitur seperti unggahan foto, video, dan stories memudahkan penyampaian informasi secara visual dan menarik, yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat dibandingkan dengan teks biasa.
2. Kedua, Instagram menyediakan fitur interaksi langsung seperti komentar dan pesan langsung, yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi dan memberikan tanggapan secara langsung kepada Diskominfo. Ini meningkatkan transparansi dan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.
3. Ketiga, strategi konten yang konsisten dan relevan juga memainkan peran penting dalam efektivitas penyampaian informasi. Diskominfo Kota Batam berhasil memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk mengkampanyekan program-program pemerintah, mengedukasi masyarakat, dan memberikan update terkini mengenai situasi kota, seperti cuaca, lalu lintas, dan peringatan dini bencana.

Analisis data interaksi dan partisipasi masyarakat menunjukkan peningkatan signifikan dalam kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai berbagai isu yang diangkat oleh

Diskominfo. Hal ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, merupakan alat yang efektif dalam meningkatkan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram adalah platform yang sangat efektif bagi Diskominfo Kota Batam dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penggunaan yang tepat dan strategis dari media sosial ini tidak hanya meningkatkan jangkauan informasi, tetapi juga meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai program dan inisiatif pemerintah. Penelitian ini juga merekomendasikan agar Diskominfo terus mengembangkan strategi konten dan memanfaatkan fitur-fitur baru dari Instagram untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas komunikasi mereka di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.).
- . A. Nunung Prajarto, S. T. (2019). Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 191-208.
- Alfira Damayanti, I. D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 173-190.
- Awindya Wulandari, A. N. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*.
- Dwi Ratna A, V. A. (2004). Peranan Teknologi Komunikasi dalam Menciptakan Masyarakat Informasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 73-86.
- Khansa Nabila Ulayya, D. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2064-2071.
- Mesi Indriyani, A. B. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *JSJ: Jurnal Studi Jurnalistik*, 157-167.
- Rafiqoh, A. R. (2020). PENGARUH PENGGUNA MEDIA ONLINE TERHADAP PERILAKU CYBERBULLYING PADA TAYANGAN YOUTUBE YUSI FADILLA. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa (Vol.2 No.3 (2020))*.
- Rozi, R. F. (2023). Kajian Uses and Gratification Pengguna Media Sosial Untuk Mendukung Performa Penjualan Film Melalui Opini Pra-Konsumsi. *Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Film, Televisi, dan Media Kontemporer*.
- Sepdiansyah, W. M. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI LAYANAN INFORMASI PEMERINTAHAN PADA DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN STATISTIK KABUPATEN BANDUNG BARAT.
- Veki Edizon Tuhana, L. L. (2023). Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 297-315.
- Verisha Erina Maharani, D. A. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI PEMERINTAH KOTA SEMARANG. *e- Proceeding of Management*, 4566.