

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)

Evi Novianti<sup>1</sup>, Aat Ruchiyat Nugraha<sup>2</sup>, Lukiati Komalasari<sup>3</sup>, Kokom Komariah<sup>4</sup>,  
Diah Sri Rejeki<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Padjadjaran  
evi.novianti@unpad.ac.id

### ABSTRACT

*Social media is one container that is effective in disseminating information. In accordance with the results of research conducted in the Regional Secretariat of Pangandaran Regency that social media is used as a means of communication, discussion and collaboration. Whatsapp groups are created with the aim of sharing information and good discussions with public relations throughout Indonesia, journalists or village heads in the Pangandaran Regency area. Instagram is used to share information about activities carried out in the Pangandaran district secretariat in the community. Youtube is used to disseminate information in audiovisual form. Finally, Facebook is used to explain pictures or videos more fully and specifically. Each social media has advantages and disadvantages, so social media managers who are capable of information technology capabilities are needed.*

Keywords: *social media, information dissemination, utilization*

### ABSTRAK

*Media sosial merupakan salah satu wadah yang efektif dalam penyebarluasan informasi. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan di Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran bahwa media sosial dipergunakan sebagai alat komunikasi, diskusi dan kolaborasi. Whatsapp group dibuat dengan tujuan berbagi informasi dan diskusi baik dengan humas seluruh Indonesia, wartawan ataupun kepala desa di wilayah Kabupaten Pangandaran. Instagram digunakan untuk berbagi informasi mengenai aktivitas yang dilakukan sekda kabupaten Pangandaran pada masyarakat. Youtube digunakan untuk menyebarkan informasi dalam bentuk audiovisual. Terakhir Facebook digunakan untuk menjelaskan gambar atau video dengan lebih lengkap dan spesifik. Masing-masing media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga dibutuhkan pengelola media sosial yang memiliki kemampuan information technology yang mumpuni.*

Kata kunci: *media sosial, penyebarluasan informasi, pemanfaatan*

### PENDAHULUAN

Peran Sekretariat Daerah (sekda) dalam pemerintahan adalah membantu Bupati dalam penyusunan kebijakan dan pengoordinasian administratif terhadap pelaksanaan tugas Perangkat Daerah serta pelayanan administratif (Peraturan Bupati Pangandaran Nomor 44 Tahun

2016 Tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi Serta Tata Kerja Perangkat Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pangandaran, 2016). Adapun teknis pelaksanaannya seperti melakukan koordinasi dalam menyusun kebijakan daerah, melakukan koordinasi dalam melaksanakan tugas

satuan kerja perangkat daerah, memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah, melakukan pelayanan administratif dan pembinaan aparatur sipil negara pada instansi daerah serta pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya (Peraturan Bupati Pangandaran Nomor 44 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi Serta Tata Kerja Perangkat Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pangandaran, 2016).

Peranan tersebut menuntut setiap unit dalam pemerintahan untuk selalu up to date terhadap isu-isu yang tengah berkembang di masyarakat, agar sekda senantiasa dapat melakukan tindakan preventif terhadap isu tersebut sehingga tidak akan berkembang menjadi masalah. Oleh karena itu dibutuhkan teknologi komunikasi dan informasi yang dapat memfasilitasi kebutuhan informasi setiap unit dalam sekda.

Kebutuhan informasi merupakan suatu kondisi yang dialami seseorang, dimana informasi tersebut dapat berkontribusi besar pada pengambilan keputusan, pemecahan masalah dan penemuan fakta-fakta (Damaiyanti & Fatmawati, 2014). Guha (dalam Puspitadewi, Erwina, & Kurniasih, 2016) mengungkapkan mengenai kebutuhan informasi dapat dilihat dari berbagai pendekatan, antara lain:

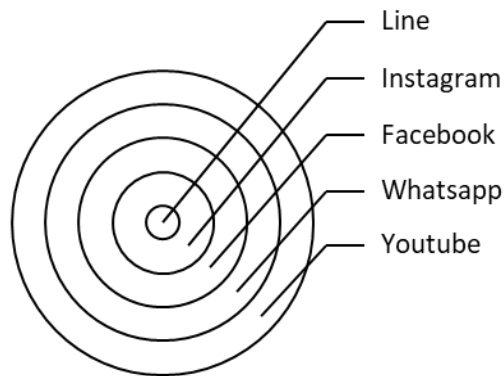
1. Current need approach. Setiap unit di sekda memiliki kebutuhan akan informasi yang mutakhir atau terbaru. Hal tersebut dilakukan dengan alasan informasi tersebut memiliki nilai guna dan nilai kebaruan. Sebagai contoh, dalam melakukan pengambilan keputusan, sebaiknya diperlukan informasi-informasi yang mutakhir agar dapat disesuaikan dengan kondisi dan situasi saat ini.

2. Everyday need approach. Kebutuhan informasi yang bersifat rutin dan spesifik, artinya setiap unit dalam sekda pasti memiliki kebutuhan informasi dalam menunjang pekerjaannya ataupun kehidupannya sehari-hari.
3. Exhaustive need approach. Kebutuhan ini membutuhkan informasi yang mendalam atau dengan kata lain akurat, spesifik dan lengkap. Sebagai contoh, salah satu unit dalam sekda membutuhkan informasi mendalam ketika akan memecahkan suatu masalah, dan dengan adanya informasi yang mendalam tersebut harapannya dapat menemukan fakta-fakta di lapangan.
4. Catching up need approach. Kebutuhan informasi ini sifatnya sekilas namun tetap membutuhkan gambaran lengkap akan informasi yang dicari. Sebut saja suatu unit membutuhkan informasi yang sifatnya temporer dan aksidental mengenai suatu permasalahan.

Kebutuhan informasi pada suatu unit dalam sekda sangatlah bervariasi, sehingga dibutuhkan suatu wadah atau media untuk berbagi informasi yang dibutuhkan. Salah satunya melalui media sosial.

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi dan menciptakan isi dengan berbagai jenis platform yang tersedia (Cahyono, 2016). Adapun platform yang sering digunakan antara lain youtube, facebook, whatsapp, instagram, dan lain-lain. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pun semakin meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh riset yang dilakukan perusahaan media We Are Social yang bekerja sama dengan

Hootsuite, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia (Pertiwi, 2019). Seperti yang dijabarkan pada gambar 1.



Gambar 1.

Diagram Media Sosial Indonesia

Di Indonesia media sosial yang paling banyak digunakan adalah Youtube, selanjutnya whatsapp, facebook, instagram, Line dan lain-lain. Youtube menempati posisi pertama dalam berbagi informasi baik yang bersifat pengetahuan maupun hiburan. Hal tersebut menunjukkan bahwa, media sosial dapat diberdayakan oleh suatu instansi dalam hal berbagi informasi untuk mendukung kegiatan operasional instansi tersebut. Seperti yang terjadi di sekda, media sosial yang digunakan adalah instagram, youtube, facebook dan whatsapp group dengan tujuan yakni berbagi informasi dengan tujuan memecahkan masalah, memenuhi kebutuhan, pengambilan keputusan, dan lain-lain.

Salah satu penelitian yang berkaitan dengan media sosial yakni Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 menjelaskan bahwa sejumlah perusahaan yang cerdas, tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, tetapi sudah menjadi pendukung aktivitas bisnis,

mempermudah dan memperkuat fungsi komunikasi kepada publik (Suryani, 2014).

Penelitian lainnya yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi menjelaskan bahwa Kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam cara berkomunikasi di segala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung menjadi lebih efektif (Setiadi, 2016).

Perbedaan penelitian terletak pada tujuan pemanfaatan media sosial. Selain sebagai media pemasaran produk, media sosial juga dapat berperan sebagai penyebaran informasi pemerintah, khususnya di Sekda Kabupaten Pangandaran. Berdasarkan gambaran tersebut, penulis ingin menjelaskan lebih mendalam mengenai pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi mengenai program-program yang akan, sedang ataupun telah dilakukan oleh pemerintah dalam ruang lingkup sekretariat daerah.

### Media Baru

Kategori dalam media baru dikenal dengan internet, website dan komputer multimedia. Media baru merupakan produk dari komunikasi bermediasi teknologi yang terdapat dalam komputer digital. Lister, Dovey, Giddings, Grant dan Kelly dalam (Stellarosa, Firyal, & Ikhsano, 2018) menyatakan terdapat enam karakteristik media baru, antara lain:

1. Digital, semua data diubah dan diproses menggunakan mesin yang digerakkan oleh sistem informasi yang

diolah dalam bentuk kode atau nomor tertentu dan dibuat oleh manusia. Dalam hal ini media komunikasi biasanya berbentuk gambar bergerak yang direkam .

2. Interaktifitas, dimana media baru menawarkan konsumsi secara lebih aktif dibandingkan media konvensional.
3. Hypertextual, media baru dapat menghubungkan satu format informasi dengan format dan sumber informasi lainnya melalui hyperlink. Hal ini digunakan sebagai database informasi yang terdapat di media baru tetap ada di media lama.
4. Jaringan, dapat diartikan bahwa di dalam media baru terdapat beberapa jaringan yang bertujuan untuk mempermudah ang menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi. Jaringan tersebut antara lain World Wide Web (www), situs media sosial, situs web blog, forum online, situs web edukasi dan sebagainya.
5. Virtual, Wilayah jangkauan penyebaran informasi di internet sangatlah bebas tidak ada batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapatkan oleh siapa saja.
6. Simulasi, berarti menirukan beberapa dari media lama yang masih dapat digunakan di dalam media baru. Pengguna media baru juga dapat meniru informasi apa yang mereka dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi hidupnya.

Melalui media baru, semua media komunikasi dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup, sebut saja media sosial. Media sosial merupakan aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran informasi, kolaborasi informasi, dalam berbagai bentuk seperti tulisan, visual ataupun audiovisual (Setiadi, 2016). Selain itu media sosial dapat diartikan

sebagai media yang diberdayakan oleh individu maupun korporasi untuk berbagi informasi maupun berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya dan dapat terkoneksi dengan dengan media lainnya (Cakranegara & Susilowati, 2017). Secara garis besar media sosial merupakan tempat untuk berinteraksi, berdiskusi maupun berkolaborasi dengan tujuan yang beragam. Media sosial didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web. Sehingga interaksi dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu media sosial melakukan transformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri (Doni, 2017).

### **Jenis Media Sosial**

1. Whatsapp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang menggunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok. WhatsApp Messenger merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena WhatsApp Messenger menggunakan paket data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain lain (Interprise, 2012)
2. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang meningkat popularitasnya sejak 2010, dengan beberapa fitur pendamping yang menarik seperti live, snapgram, dan IG TV. Instagram digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan dan tempat berkeluh kesah. Dengan Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan followers-nya (Sakti & Yulianto, 2018)

3. YouTube merupakan media sosial tidak berbayar, namun tetap membutuhkan internet atau paket data untuk dapat menikmati video-video yang ada di dalam YouTube. Selain itu, para pengguna YouTube pun dapat memberikan komentar pada platform yang sudah disediakan, sehingga melalui platform tersebut, para pengguna Youtube dapat membangun sebuah diskusi satu sama lain. Selain dapat berkomentar, pengguna juga dapat memberikan “like” atau “dislike” pada video pengguna lain apabila pengguna menyukai video tersebut atau tidak (Stellarosa et al., 2018).
4. Facebook adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg. Facebook diperkirakan masih menjadi media sosial yang paling populer. Pada tahun 2012 diperkirakan jumlah pengguna mencapai 837,3 juta mengalami peningkatan 27,4% dari tahun sebelumnya. Di bawah ini adalah 10 negara pengguna Facebook terbesar di dunia, dan data menunjukkan bahwa Indonesia berada di posisi ke-4 (Suryani, 2014).

### **Teori kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi terjadi karena adanya kesenjangan pengetahuan yang dimiliki (Tjiptasari & Ridwan, 2017). Artinya, kondisi seseorang yang merasakan kekurangan sehingga berupaya untuk memenuhi kekurangan tersebut. Misalnya, ketika memerlukan jawaban atas permasalahan, pencarian fakta, pemecahan masalah atau bahkan pengambilan keputusan yang membutuhkan dukungan informasi sebagai dasar upaya pemenuhan kekurangan tersebut. Katz, Gurevitch, dan Hass (dalam Yusup, 2010)

menggolongkan kebutuhan yang diambil dari literatur tentang fungsi-fungsi sosial dan psikologis media massa ke dalam lima kategori, antara lain:

1. Kebutuhan kognitif yakni kebutuhan dalam memperoleh informasi, pemahaman, dan pengetahuan.
2. Kebutuhan afektif terdiri dari kebutuhan terkait emosional, estetis, dan pengalaman menyenangkan.
3. Kebutuhan integratif personal yaitu kebutuhan dalam membangun percaya diri, memperkuat kredibilitas, stabilitas dan status diri.
4. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan mempererat hubungan dengan keluarga, teman dan lingkungan sosial lainnya.
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan, yakni kebutuhan dalam melakukan pelarian dan pengalihan dari suatu permasalahan tertentu.

Dalam penelitian ini, akan terfokus pada kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai informasi pemerintah Sekda Kabupaten Pangandaran.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan secara mendalam guna mengenal objek yang akan diteliti, sehingga sifat penelitiannya lebih banyak eksploratif dan deskriptif (Sugiyono, 2013). Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial dilakukan di sekretariat daerah kabupaten Pangandaran. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain: wawancara dengan divisi humas sekda yang menangani media sosial, observasi langsung ke kantor sekda kabupaten Pangandaran, studi literatur mengenai

media sosial dan studi dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan antara lain reduction, data display, dan conclusion drawing/verification (Mathew B. Miles & Huberman, 1992).

Fokus penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam menyebarkan informasi baik pada pihak internal maupun eksternal institusi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Media Sosial di Sekda Kabupaten Pangandaran*

Hasil penelitian mengungkapkan jenis media sosial yang digunakan serta proses berbagi informasi di kalangan sekretaria daerah kabupaten Pangandaran.

Media sosial merupakan alat komunikasi yang tidak asing dilakukan oleh seluruh pegawai sekda. Media Sosial yang digunakan oleh Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran berupa Instagram, Youtube, Facebook, TV Layar informasi, Whatsapps Group, serta meja Humas. Dari hasil pengamatan di lapangan, media layar informasi sangat diminati dan digemari oleh public Humas, karena memuat semua kegiatan yang dilakukan oleh Bupati dan jajarannya. Untuk informasi yang belum dimuat biasanya staf selalu berdatangan ke Divisi Humas, untuk bertanya seputar agenda yang akan dilakukan.

Terdapat tim pengelola media sosial yaitu Wildan Syahrizal berada di naungan Divisi Humas. Di divisi humas terdiri dari 6 tenaga kontrak, dan 4 orang PNS.

Dibawah ini akan dijelaskan mengenai proses berbagi informasi menggunakan media sosial.

### 1. Whatsapp Group

Ade Suhendra yang menjabat sebagai Kasubag Informasi, merupakan penggagas dibentuknya Whatsapp Group (WAG) bagi kalangan humas, bahkan untuk Humas Se-kabupaten Pangandaran dan Humas seluruh Indonesia. Menurutnya, penanganan mengenai penyebaran informasi serta pelatihan guna meningkatkan kemampuan aparat Humas belum menjadi prioritas. Padahal kenyataan di lapangan, sekda hanya memiliki 2 orang pegawai yang menangani media sosial sehingga berdampak pada pekerjaan yang terbengkalai. Kendala ini diakibatkan SDM lainnya kurang memiliki kemampuan khususnya dibidang IT. WAG yang dimiliki oleh kasubag informasi adalah WAG kepala desa, WAG wartawan dan WAG humas. Masing-masing WAG memiliki keunggulan yang berbeda. Seperti yang tertera pada gambar 2.

WAG Kepala Desa	WAG Wartawan	WAG Humas
<ul style="list-style-type: none"> <li>•menampung aspirasi masyarakat desa</li> <li>•contoh: pembenahan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, pemukiman, pengembangan pembangunan, dan perlindungan masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•menyebarkan informasi pemerintah kepada masyarakat</li> <li>•contoh: kegiatan yang dilakukan pemerintah, himbauan untuk masyarakat, serta aktivitas rutin yang dilakukan pemerintah untuk masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•menyebarkan informasi mengenai kepala daerah dan program pemerintah masing-masing wilayah guna untuk studi banding</li> </ul>

Gambar 2.

### WAG Divisi Humas Sekda Kabupaten Pangandaran

WAG dibutuhkan sebagai wadah untuk pertukaran informasi baik secara eksternal maupun internal. Masing-

masing WAG memiliki tujuan yang berbeda tergantung pada situasi dan permasalahan yang dihadapi. Misalnya WAG Kepala Desa berisi mengenai permasalahan-permasalahan desa seperti jalan yang rusak, kasus pencurian sepeda motor, biaya pendidikan dan kesehatan yang semakin mahal, dan lain-lain. Disisi lain WAG Wartawan berisi mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, himbauan untuk masyarakat, kemudian para wartawan akan meliput kegiatan tersebut. Terakhir, WAG Humas yang berisi mengenai penjelasan program masing-masing kepala daerah guna untuk studi komparatif lalu dilakukan evaluasi sehingga akan menghasilkan program yang lebih baik.

Kelebihan dari WAG ini adalah informasi dapat diterima dengan cepat tanpa batasan ruang dan waktu, sedangkan kekurangannya adalah seringkali didapati anggota dalam WAG menyebarkan informasi yang bersifat HOAX. Untuk mengatasi hal tersebut, para anggota dalam WAG tidak mentah-mentah menerima informasi, akan tetapi dilakukan penelusuran bukti-bukti atas informasi tersebut. Namun disisi lain, keberadaan WAG dapat mengurangi sosialisasi secara tatap muka, sehingga berdampak pada kurang intensnya pertemuan tatap muka yang dihadiri.

## 2. Instagram

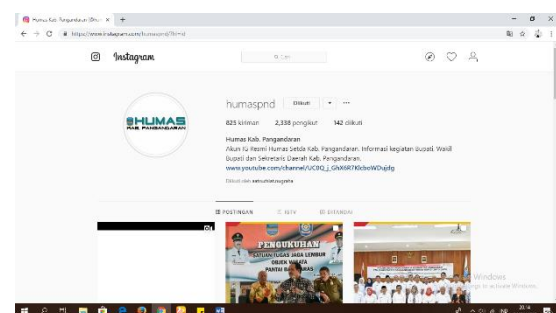
Sekda menggunakan instagram sebagai salah satu bentuk penyebaran informasi program pemerintah ke masyarakat luas. Akun tersebut dikendalikan oleh humas sekda Kabupaten Pangandaran yang berisi informasi kegiatan bupati, wakil bupati, dan sekretaris daerah kabupaten pangandaran.

Media sosial ini merupakan media yang paling populer diantara media sosial

lainnya, hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah pengikut yang paling banyak diantara yang lainnya. Instagram humas kabupaten Pangandaran ini diikuti oleh 2339 pengikut.

Sejauh ini instagram merupakan media sosial yang bermanfaat dan membantu dalam penyebarluasan informasi kepada publik, namun ada beberapa kendala dalam pengelolaan media sosial instagram, antara lain:

1. Masih kurangnya sumber daya manusia yang dapat mengelola instagram secara rutin. Hal tersebut dikarenakan kurangnya kemampuan IT yang dimiliki oleh pegawai sekda.
2. Kurang reaktif terhadap respon-respon publik di kolom komentar. Hal tersebut akan mengakibatkan tidak adanya diskusi yang berlangsung, karena jika tidak ada respon sifatnya satu arah.



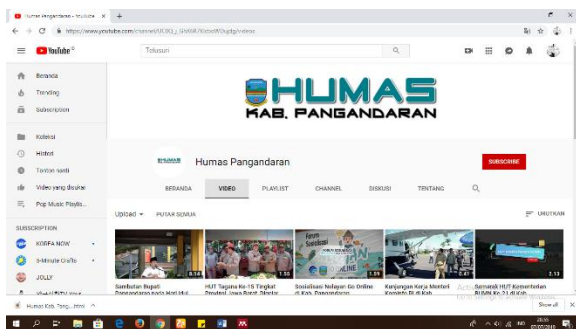
Gambar 3.  
Instagram Humas kab. Pangandaran  
Sumber: ("Instagram Humas Kab. Pangandaran," n.d.)

Adapun contoh kegiatannya yakni safari ramadhan antara Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan Pemerintah Kota/ Kabupaten se-Jawa Barat termasuk di dalamnya adalah Kabupaten Pangandaran, melakukan kunjungan ke pasar Pananjung yang bertujuan untuk memastikan harga bahan pokok di Kab. Pangandaran, dan lain-lain.

Kegiatan-kegiatan tersebut disebarluaskan melalui media instagram dengan tujuan agar masyarakat tahu mengenai aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini sekretariat daerah kabupaten Pangandaran.

Informasi yang disajikan dalam instagram berbentuk gambar disertai dengan ulasan yang cukup singkat atas gambar tersebut. Partisipasi aktif dilakukan oleh para follower dari instagram tersebut, hal ini terlihat dari adanya interaksi dan diskusi yang terjadi baik dalam kolom komentar ataupun pada *direct message*.

### 3. Youtube



Gambar 4.  
Youtube Humas Kabupaten Pangandaran  
Sumber: ("Youtube Humas Kabupaten Pangandaran," n.d.)

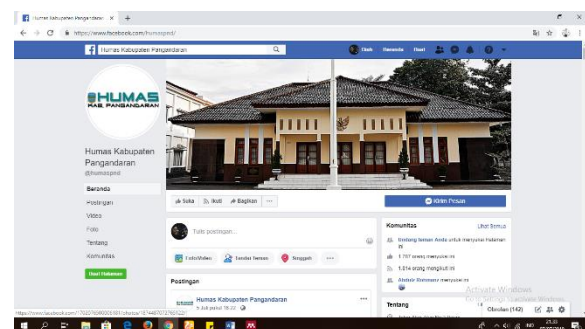
Media sosial youtube yang dikelola langsung oleh Humas Kabupaten Pangandaran berisi informasi-informasi mengenai kegiatan workshop, kegiatan sosialisasi, kegiatan upacara serta kunjungan-kunjungan yang dilakukan oleh tokoh-tokoh penting.

Youtube ini resmi *launch* ke publik pada tanggal 10 Oktober 2018 dan hingga saat ini terdapat 23 content yang sudah publikasikan. Informasi yang disajikan dalam youtube ini berbentuk video dengan durasi 5 menit hingga 35 menit disertai dengan keterangan yang general. Dibanding Platform lainnya, Youtube

merupakan platform yang paling sedikit dikomentari dan ditonton oleh para viewers. Hal tersebut dapat terjadi karena tidak adanya ajakan untuk berdiskusi atau sekedar mengomentari isi dari video tersebut. Jadi tidak ada interaksi hidup, sehingga komunikasi yang dihasilkan pun hanya satu arah.

### 4. Facebook

Media sosial facebook cukup populer, hal ini dapat terlihat dari jumlah pengikut yakni 1814 orang. Selain itu terdapat banyak respon positif pada kolom komentar di setiap postingan yang dipublikasikan oleh humas kabupaten Pangandaran.



Gambar 5.  
Facebook Humas Kabupaten Pangandaran  
Sumber: ("Facebook Humas Kabupaten Pangandaran," n.d.)

Facebook humas kabupaten Pangandaran berisi kegiatan yang akan dan sudah dilakukan oleh sekretariat daerah kabupaten Pangandaran. Informasi disajikan dalam bentuk gambar disertai dengan keterangan yang lengkap atas gambar tersebut. Dalam Platform ini, para followers ikut berpartisipasi aktif melalui kolom komentar jika pihak Sekda mengunggah suatu foto ataupun video mengenai suatu kegiatan.



### *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menyebarkan Informasi*

Media sosial memiliki karakteristik tertentu yang berkaitan dengan penyampaian informasi dalam dunia digital. Adapun karakteristik tersebut antara lain: pesan yang disampaikan bersifat umum dan ditujukan untuk banyak orang; Isi pesan yang disampaikan bersifat terbuka; Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat menyebar dibanding media lainnya (“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Kepurbakalaan,” 2017). Karakteristik tersebut merupakan kekuatan bagi institusi dalam melakukan penyebaran informasi selain menggunakan media konvensional seperti brosur, leaflet, ataupun komunikasi tatap muka.

Dalam kasus ini, Sekda Kabupaten Pangandaran memanfaatkan beberapa media sosial yakni Whatsapp Group, Instagram, Youtube dan Facebook dalam melakukan penyebaran informasi dengan harapan masyarakat dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang sudah, sedang dan akan dilakukan sehingga baik pihak Sekda ataupun masyarakat dapat merasakan manfaat dari media sosial tersebut. Puntodi (2011) menjelaskan manfaat dari media sosial antara lain:

1. Media sosial merupakan sarana untuk berkomunikasi, berdiskusi, ataupun mendapatkan popularitas sehingga *personal branding* bukan hanya dapat dilakukan oleh public figure saja. Dalam hal ini Sekda Kabupaten Pangandaran dapat meningkatkan citra baik kepada masyarakat melalui penyebaran foto atau video mengenai kegiatan-kegiatan positif yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat di platform media sosial yang sudah dimiliki.
2. Dapat menghasilkan kegiatan pemasaran yang menakjubkan melalui media sosial. Generasi millennial dan generasi Z sudah banyak meninggalkan TV ataupun radio, mayoritas dari mereka beralih kepada *smartphone* yang menyediakan informasi yang dibutuhkan dan *selalu up to date*. Sebut saja, dari tayangan televisi beralih ke tayangan di Youtube ataupun website tertentu yang disesuaikan dengan keinginan. Ini menjadi peluang bagi Sekda Kabupaten Pangandaran dalam menyebarluaskan informasinya ke khalayak tertentu.
3. Media sosial dapat membuat interaksi menjadi lebih dekat kepada masyarakat. Misalnya Instagram, memiliki fasilitas berbagi foto, video, IG TV, dan direct message yang memungkinkan terjadinya komunikasi secara personal, dua arah dan lebih intim. Sehingga Sekda Kabupaten Pangandaran dapat mengetahui apa saja keinginan masyarakat melalui komentar-komentar, ataupun direct message. Selain itu melalui Whatsapp Group, Sekda mencoba membuat interaksi lebih dalam antara para kepala desa, para wartawan dan humas se Indonesia dalam mendiskusikan informasi yang disebarluaskan sehingga akan membantu sekda mencapai tujuan institusi.
4. Media sosial dapat melakukan berita viral, artinya sifat yang seperti virus yakni menyebar dengan cepat. Informasi yang disebarluaskan oleh Sekda Kabupaten Pangandaran dapat viral, jika memiliki karakteristik yang dapat membuat masyarakat penasaran akan berita tersebut. Misalnya, informasi yang disebarluaskan melalui Facebook dengan judul yang mengandung click bait dan isi informasi yang fenomenal.

Berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang bersifat kognitif, pihak internal maupun eksternal dari Sekda Kabupaten Pangandaran akan mendatangi sumber-sumber informasi seperti Whatsapp group, instagram, facebook dan youtube untuk pemenuhan kesenjangan pengetahuan yang dimiliki. McLeod dalam (Azizah, Mirfani, & Suryad, 2016) menyebutkan bahwa informasi dikatakan berkualitas harus memiliki ciri-ciri yakni, relevansi, akurasi, ketepatan waktu, dan kelengkapan”.

Relevansi artinya bahwa informasi mampu mengurangi ketidakpastian, memperbaiki kemampuan dalam pengambilan keputusan untuk membuat suatu prediksi, mengkonfirmasi, atau memperbaiki ekspektasi mereka sebelumnya. Selain itu, informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi jika informasi tersebut diterima oleh mereka yang membutuhkan, dan sebaliknya informasi akan menjadi tidak berguna jika diberikan kepada mereka yang tidak membutuhkan. Dalam hal ini Informasi yang disebarluaskan oleh pihak Sekda memiliki sifat relevansi dengan tujuan institusi.

Akurasi mengandung arti bahwa informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan, tidak bias, tidak menyesatkan dan teruji kebenarannya sehingga tidak menjerumuskan masyarakat yang berakibat salah dalam mengambil keputusan. Selain itu pengujian akan kebenaran tersebut biasanya dilakukan oleh dua orang atau lebih dan apabila hasil pengujian tersebut menghasilkan hasil yang sama maka dianggap data akurat. Informasi dari Sekda Kabupaten Pangandaran sudah melalui pengujian berulang sehingga dapat dikatakan akurat.

Ketepatan waktu dalam informasi dapat diartikan, jika diberikan pada saat yang tepat seperti dalam pengambilan keputusan. Keterlambatan informasi akan mengakibatkan kekeliruan karena informasi yang sudah usang tidak mempunyai nilai lagi ketika dikaitkan dalam pengambilan keputusan. Akibatnya akan berpengaruh pada tujuan institusi. Informasi yang disajikan oleh Sekda Kabupaten Pangandaran memiliki penjadwalan tertentu, sehingga akan meminimalisir kesalahan fatal terhadap institusi.

Kelengkapan artinya informasi harus mampu menyajikan gambaran lengkap dari suatu permasalahan atau penyelesaian dan tidak meninggalkan aspek-aspek penting dari kejadian yang merupakan dasar masalah atau aktivitas-aktivitas yang diukurnya. Sekda Kabupaten Pangandaran menyajikan informasi yang lengkap sebelum disebarluaskan melalui media sosial. Informasi yang lengkap terdiri dari content-content menyeluruh, misalnya informasi mengenai kegiatan sosialisasi yang akan dilakukan, maka contentnya berisi tentang latar belakang, tujuan, proses, rundown acara, pelaksanaan, hingga evaluasi yang akan dilakukan. Selain itu, bentuk informasinya pun disajikan beragam seperti penambahan foto dan video.

Sejauh ini Sekda kabupaten Pangandaran memanfaatkan media sosial sebagai penyebaran informasi pemerintah kepada masyarakat melalui Whatsapp Group dengan sasaran pihak internal institusi, Instagram dengan sasaran eksternal ataupun publik dari institusi, Youtube dengan sasaran pihak eksternal maupun publik dari institusi dan Facebook dengan sasaran internal, eksternal serta publik dari institusi.

## KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi merupakan hal yang lumrah digunakan, khususnya pada generasi Z dan Alpha, namun hal tersebut tidak berlaku di Sekda Kabupaten Pangandaran. Meskipun mayoritas dari mereka adalah generasi X dan Y, namun mereka tetap mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Humas Kabupaten Pangandaran memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, berdiskusi dan berkolaborasi antara pegawai internal, eksternal bahkan publik. Meskipun masing-masing media sosial memiliki keunggulan dan kelemahan, namun media Instagram merupakan media yang paling populer dalam menjalankan fungsinya. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya jumlah pengikut, serta respon pada kolom komentar di setiap aktivitas yang di posting di Instagram.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Azizah, R., Mirfani, A. M., & Suryad. (2016). Kontribusi Mutu Informasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Bidang Pendidikan Menengah Dan Tinggi Di Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. *Jurnal ADPEND: Tata Kelola Pendidikan*, 1(1), 1–13. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurnaladpend/article/view/3239>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157. Retrieved from <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Damaiyanti, C., & Fatmawati, E. (2014). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan Di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(1), 1–9. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/9346/9073>
- Facebook Humas Kabupaten Pangandaran. (n.d.). Retrieved July 7, 2019, from <https://www.facebook.com/humas-pnd/>
- Instagram Humas Kab. Pangandaran. (n.d.). Retrieved June 7, 2019, from <https://www.instagram.com/humas-pnd/?hl=id>
- Interprise. (2012). *Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*. Yogyakarta: Elex Media Komputindo.
- Mathew B. Miles, & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Kepurbakalaan. (2017). Retrieved October 30, 2019, from <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpsmpsangiran/pemanfaatan-media-sosial-dalam-penyebaran-informasi-kepurbakalaan-2/>
- Peraturan Bupati Pangandaran Nomor 44 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi Serta Tata Kerja Perangkat Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pangandaran (2016). Indonesia: <http://web.pangandarankab.go.id>. Retrieved from <http://web.pangandarankab.go.id/public/assets/img/jdih/dokumen/dokumen/sArTP1M5cGW0MQYOTFpaZJHgw.pdf>

- Pertiwi, W. K. (2019, February 5). Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia. *Kompas.com*. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21–28. Retrieved from file:///C:/Users/Acer ES1-432/Downloads/11625-23202-2-PB.pdf
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 1–12.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2), 1–7. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Lugas*, 2(2), 59–68. Retrieved from <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/263/154>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Tjiptasari, F., & Ridwan, M. M. (2017). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pustakaloka*, 9(1), 57–68.
- Youtube Humas Kabupaten Pangandaran. (n.d.). Retrieved July 7, 2019, from [https://www.youtube.com/channel/UC0Q\\_j\\_GhX6R7KlcboWDujdg](https://www.youtube.com/channel/UC0Q_j_GhX6R7KlcboWDujdg)
- Yusup, P. M. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta: Kencana.