



Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan di Era 4.0: Studi Konten Analisis *New Media* Pemerintah Kota Magelang

Dedi Setiawan^{1, 2} Rutiana Dwi Wahyunengseh

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta 57126, Indonesia.

¹⁾ dedv00721@student.uns.ac.id ²⁾ rutiana.uns@gmail.com

Permalink/DOI: 10.31002/jpalg.v4i1.23949

Received: 15 Oktober 2020 ; Accepted: 16 Desember 2020 ; Published: 20 Desember 2020

Abstrak

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sektor publik telah banyak diterapkan di berbagai negara termasuk Indonesia. Salah satu tujuannya untuk memudahkan dalam mendiseminasikan kebijakan kepada masyarakat. Kota Magelang menjadi salah satu kota yang menerapkan pemanfaatan TIK untuk menunjang pelayanan publik. Namun di Kota Magelang masalah kemiskinan masih menjadi prioritas untuk diselesaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan TIK jenis media sosial oleh Pemerintah Kota Magelang dalam mendiseminasikan isu kemiskinan dan menganalisis sejauh mana ketersediaan Kota Magelang dalam memanfaatkan media sosial untuk diseminasi isu kemiskinan. Metode penelitian kualitatif studi konten analisis dengan pengambilan data berupa analisis isi konten, dokumentasi, dan wawancara dengan teknik *purposive*. Data dianalisis menggunakan analisis isi oleh krippendorff. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Magelang belum memanfaatkan media sosial untuk mendiseminasikan kebijakan penanggulangan kemiskinan. Hal ini terlihat dari; (i) pengelolaan media sosial terkait proporsi isu konten unggahan di media sosial yang menunjukkan diseminasi terkait isu kemiskinan belum direncanakan secara khusus untuk dipublikasikan terlihat dari sangat sedikitnya jumlah unggahan terkait isu kemiskinan, (ii) respon balik pemerintah dalam menanggapi komentar dan pertanyaan pengikut cenderung tidak merespon sehingga penggunaan media sosial masih berjalan satu arah. Sehingga, TIK belum memerankan aspek sosialnya untuk penyebaran informasi, social learning, dialog, dan pembentukan jejaring. Hal ini terlihat dari; (i) belum adanya strategi dalam mengelola konten dan monitoring evaluasi untuk melihat pertumbuhan *followers*, (ii) respon pengikut/masyarakat masih cenderung pasif dengan hanya memberikan *like* pada unggahan yang bersifat satu arah.

Kata Kunci : analisis isi; ICT4D; kebijakan; *new media*; penanggulangan kemiskinan

Abstract

The use of ICT in the public sector has been widely applied in various countries including Indonesia. One of the goals is to make it easier to disseminate policies to the public. From the practice level, the use of new media / social media in Indonesia has been regulated in a law. The city of Magelang is one of the cities that applies the use of ICT to support public services and is considered successful by the central government so that it has received various awards. However, in Magelang City, the problem of poverty is still a priority to be resolved. This study aims to describe the use of ICT types of social media by the Magelang City Government in disseminating poverty issues and to analyze the extent to which Magelang City is prepared to utilize social media to disseminate poverty issues. The qualitative research method is content analysis research with data collection in the form of content content analysis, documentation, and interviews with purposive techniques. Data were analyzed using content analysis by krippendorf. The results of the study show that the government of Magelang City has not used social media to disseminate poverty reduction policies. This can be seen from; (i) social media management related to the proportion of content issues uploaded on social media that shows dissemination related to poverty issues has not been specifically planned to be published, seen from the very small number of posts related to poverty issues, (ii) government responses in response to comments and questions from followers tend not respond so that the use of social media still goes in one direction. Thus, ICT has not played a role in its social aspects for information dissemination, social learning, dialogue, and networking. This can be seen from; (i) there is no strategy in managing content and monitoring evaluation to see the growth of followers, (ii) the response of followers / society still tends to be passive by only giving likes to government-owned social media uploads that are one-way in nature.

Keywords: *content analysis; ICT4D; policy; new media; poverty reduction.*

PENDAHULUAN

Penelitian ini akan membahas tentang pemanfaatan media baru (*new media*) di sektor publik. Topik ini dianggap penting karena pertumbuhan Teknologi, Informasi dan Komunikasi semakin pesat dengan akses internet dan media baru. *New Media* merupakan sebuah media komunikasi yang mengacu pada konten yang bisa diakses kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital dan mempunyai kemampuan untuk dilakukannya interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi serta memungkinkan adanya partisipasi aktif dari berbagai pihak (Bertot et al., 2012, Schivinski & Dabrowski, 2014).

New media lantas melahirkan berbagai model jejaring sosial seperti twitter, blog, youtube, facebook, instagram yang mampu menciptakan simulasi layaknya media massa. Sosial media merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet berbasis *web 2.0* yang mengubah perilaku masyarakat yang semula bersifat pasif kemudian menjadi pengguna internet aktif yang dapat membuat konten dan membagikannya melalui internet (Bertot et al., 2012).

Penulis dalam penelitian ini akan berfokus pada salah satu dari 3 jenis *new media* yakni jejaring media sosial dengan jenis *social networking and media sharing*. Penulis memilih Facebook, Instagram dan

Twitter sebagai obyek penelitian dikarenakan ketiga media sosial tersebut dapat menciptakan interaksi antar pengguna dan membentuk komunitas daring. Media sosial tersebut juga mempunyai kelebihan yaitu penggunaanya dapat mendiseminasikan informasi menggunakan materi digital yang kreatif seperti *caption* atau teks, foto dan video.

Perkembangan TIK yang sangat pesat serta masif banyak mengubah dan memengaruhi cara hidup manusia. Era 4.0 merupakan sebuah tanda dimana dunia digital dan dunia fisik terus menyatu. Teknologi dan media baru (*new media*) akan semakin memudahkan bagi seorang warga negara untuk ikut berpartisipasi secara langsung terlibat dalam pemerintahan dengan menyuarakan pendapat mereka tanpa dipisahkan oleh dinding penghalang (*borderless*) cukup dengan menghubungkan ke jaringan internet.

Data dari Statista per Maret 2019 menunjukkan pengguna internet di seluruh dunia mencapai 3,49 miliar (databoks.katadata.co.id,2019). Namun penggunaan TIK di sektor publik masih banyak yang hanya sebatas penggunaan layanan *web 1.0* yakni *website* pemerintah yang masih bersifat satu arah. Sementara, *web 2.0* yakni media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dalam menyelenggarakan pelayanan publik masih sedikit.

Pemerintah di negara-negara maju yang pertama kali memperkenalkan dan memulai untuk beralih dari model pemerintahan tradisional ke model pemerintahan "tidak konvensional" sering disebut dengan *electronic government*, *electronic governance* dan *digital government*. Ketiga hal tersebut mengacu kepada pemanfaatan media baru (*new media*) untuk memudahkan dalam melakukan tata kelola pemerintahan dan perubahan pola hubungan dengan masyarakat (Meijer et al., 2018)

Perkembangan *digital government* tidak dapat lepas dari perkembangan *Internet of Things* dan penggunaan media sosial. Indonesia berdasarkan hasil survei yang diperoleh dari APJII (2019) penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64,8% dengan jumlah pengguna internet sebesar 171,17 Juta Jiwa. angka tersebut mengalami kenaikan sejumlah 10,12% dibandingkan tahun 2017 dan dengan pengguna media sosial berjumlah 125 juta pada tahun 2018.

Pemerintah pusat telah mencoba memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk menciptakan ruang partisipasi masyarakat dengan menyediakan *website* *lapor.id* sebagai wadah bagi masyarakat untuk memberikan masukan, aduan hingga kritikan terhadap pelayanan yang diterima. Media sosial menawarkan cara yang lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi

secara daring (Dalam Jaringan). Mengoptimalkan peran dari media sosial yang dapat digunakan dalam pemerintahan merupakan salah satu inovasi dari pemerintah yang memaksimalkan teknologi. Penggunaan media sosial juga merupakan salah satu jalan keluar dari masalah yang ada di masyarakat.

Pemanfaatan media sosial dapat membantu administrasi publik/sector publik (penyelenggara pemerintahan) dan masyarakat untuk terlibat lebih dekat, membangun dialog terbuka, memperkuat jaringan untuk mempromosikan tujuan pembangunan dan meningkatkan tata pemerintahan yang demokratis (Spacek, 2018). Mickoleit (2014) menunjukkan bahwa media sosial mampu menawarkan peluang baru bagi pemerintah memanfaatkan potensi media sosial untuk merancang kebijakan dan layanan publik dengan cara yang lebih interaktif, kolaboratif dan responsif. Penggunaan media sosial juga dapat mendorong inovasi dalam pemberian layanan publik dan jalannya operasional pemerintahan (Knox, 2016). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Osei-Kojo, (2017) menunjukkan bahwa kesempatan yang diberikan oleh pemerintah sebagai hasil dari penerapan TIK dapat mengarah pada peningkatan efisiensi operasional dan kualitas layanan yang lebih baik yang diberikan oleh instansi pemerintah.

Penelitian yang dilakukan Mulyadi and Fitriana (2018) mengenai *hashtag* atau tanda pagar (tagar), dikemukakan Tagar

telah memberikan warna yang berbeda di media sosial, dimana media sosial telah dilengkapi dengan *User Generated Content (UGC)* yang dapat menciptakan keterlibatan masyarakat di media sosial. Penelitian dari Ramadani (2019) menunjukkan bahwa Pengelolaan komunikasi publik merupakan hal penting. komunikasi publik menjadi sarana penyampaian kebijakan Pemerintah, baik itu program maupun capaian yang disampaikan kepada masyarakat.

Dari tataran praktik, Pemerintah Indonesia mendukung pemanfaatan media sosial untuk komunikasi publik dan pelayanan publik hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *e-Government* di Indonesia, Kemudian ditindaklanjuti oleh pemerintah dengan mengeluarkan Peraturan Menteri PAN Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah.

Kota Magelang salah-satu kota di Indonesia yang dianggap pemerintah pusat telah berhasil dalam mengembangkan sistem tata kelola pemerintahan berbasis elektronik dan sering dijadikan sebagai kota rujukan perihal keberhasilan inovasi daerah oleh kota-kota lainnya. Kota Magelang memperoleh penghargaan nasional dalam Indeks Kota Cerdas Indonesia lima tahun

berturut-turut dari tahun 2015, 2016, 2017, 2018, dan 2019. Hal tersebut tidak lepas dari inovasi-inovasi daerah yang diciptakan untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh pelayanan publik dengan memanfaatkan teknologi.

Namun demikian, apakah Pemerintah Kota Magelang sudah memanfaatkan kemajuan TIK dalam bentuk *web 2.0* yakni media sosial pemerintah untuk mengomunikasikan kebijakan pembangunan daerah, khususnya kebijakan terkait isu kemiskinan? Pertanyaan tersebut penting dikarenakan permasalahan kemiskinan masih menjadi masalah utama dan isu strategis di Kota Magelang sehingga program-program dalam upaya mengentaskan kemiskinan menjadi sebuah prioritas. Data dari BPS Kota Magelang (2019) penduduk miskin di Kota Magelang berjumlah 9590 ribu jiwa atau sekitar 7,87 persen dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 8,75 persen dapat dikatakan angka kemiskinan hanya berkurang tipis. Masih jauh dari target angka kemiskinan yang dicantumkan dalam RPJMD 2016-2021 Sebesar 6,98 persen. Kota Magelang menduduki peringkat kedua setelah Kota Surakarta terkait presentase penduduk miskin Kota di Jawa Tengah. Data BPS juga menunjukkan rasio gini Kota Magelang sebesar 0,36 yang termasuk kategori cukup tinggi dibandingkan kota-kota lain di Provinsi Jawa Tengah.

Untuk itu, penelitian ini akan berfokus pada penggunaan media sosial oleh Pemerintah

Kota Magelang sebagai sarana partisipasi masyarakat dan sarana untuk mendiseminasikan kebijakan Pemerintah Kota Magelang tentang isu kemiskinan serta melihat kondisi ketersiapan Kota Magelang dalam memanfaatkan media sosial untuk mendiseminasikan isu strategis kemiskinan.

Penelitian ini menggunakan konsep ICT4D sebagai kerangka analisis. ICT4D (*Information, Communication, Technology for Development*) adalah sebuah model penggunaan *ICT* untuk pembangunan melalui pemerataan akses terhadap TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) termasuk semua perangkat komunikasi mencakup radio, televisi, telepon seluler, komputer dan perangkat lunak serta berbagai layanan dan aplikasi yang terkait dengan TIK yang dipopulerkan oleh *International Institute for Communication and Development* (IICD) dan dikenal dengan sebutan *The Hague Framework* (Flor, 2015)

Kerangka pikir merujuk pada elemen dasar kerangka ICT4D; 1. Ketersediaan komponen *ICT* yang akan dimanfaatkan maksimal untuk intervensi kebijakan pembangunan. 2. Ketersediaan *Pivot Actor* untuk memanfaatkan *ICT* bagi intervensi kebijakan pembangunan. 3. Ketersediaan *content* isi kebijakan yang diintervensikan melalui *ICT* sebagai instrumen pembangunan. 4 Ketersediaan kelompok sasaran yang menjadi tolok ukur perubahan

kondisi setelah pemanfaatan *ICT* untuk intervensi kebijakan pembangunan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi konten analisis. Metode pengumpulan data dengan melakukan *content analysis*, dokumentasi, dan *indepth interview*. Kriteria pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian dan kompetensi informan. Subyek penelitian yakni Dinas sosial, Humas, Bappeda dan Diskominfo Kota Magelang. Sedangkan teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data ini menggunakan teknik analisis isi krippendorff (2004) dengan melakukan 6 tahapan berupa: pengunitan, sampling, koding, pengurangan, penarikan kesimpulan, dan menarasikan hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Ketersediaan komponen *ICT* yang akan dimanfaatkan maksimal untuk intervensi kebijakan pembangunan.

ICT4D mengacu pada penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk sosial, ekonomi, dan politik dengan penekanan khusus pada membantu masyarakat miskin dan kelompok terpinggirkan. Kesiapan sarana dan prasarana TIK merupakan sebuah prakondisi untuk dapat memanfaatkan TIK sebagai alat untuk mengintervensikan kebijakan

pembangunan.

a. Ketersediaan infrastruktur TIK

Infrastruktur TIK merupakan aspek penting dalam upaya memanfaatkan media sosial. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk memanfaatkan media sosial seperti perangkat komputer, telepon pintar dan akses ke jaringan internet harus terpenuhi. Kota Magelang telah menyediakan akses internet gratis yang dipasang di delapan titik strategis ruang public, *Fiber Optic* juga telah dipasang dan terhubung antar OPD-OPD di Kota Magelang. Informasi yang diperoleh dari berbagai informan mengatakan bahwa terkait sarana dan prasarana internet dan TIK di Kota Magelang tidak memiliki hambatan. (Bappeda, Humas, Diskominsta, hasil wawancara, diolah 2020)

b. Ketersediaan Platform media sosial

Menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 83 Tahun 2012 dijelaskan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang bersifat dua arah (*Web 2.0*) dan terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, menciptakan dan berbagi isi. Pemerintah perlu memiliki akun media sosial yang digunakan sebagai *platform* untuk mendiseminasikan isu-isu strategis pembangunan, program, kebijakan dan mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi memberi masukan, saran atau

sekadar memancing berdialog dengan masyarakat melalui media sosial. Namun, ternyata tidak semua OPD yang tergabung di Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan Daerah (TKPKD) Kota Magelang mempunyai media sosial dan aktif mengoperasikannya hingga saat ini. (data diolah 2020)

c. Frekuensi Posting di Media Sosial

Observasi atau *content analysis* dilakukan terhadap media sosial Humas Pemerintah Kota Magelang dan Dinas Komunikasi Informasi Statistik Kota Magelang. Akun media sosial Bappeda Kota Magelang dan Dinas Sosial Kota Magelang dikesampingkan karena terakhir aktif atau mengunggah sesuatu di akun mereka pada tahun 2017. Sedangkan frekuensi unggahan pada media sosial yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Kota Magelang dan Diskominsta Kota Magelang tidak menentu. Hal ini dikarenakan terdapat lebih dari satu admin yang memegang atau mengelola akun media sosial dan ditambah tidak adanya strategi dan perencanaan dalam mengelola akun media sosial pemerintah. (Diskominsta, Humas, hasil wawancara, diolah 2020)

1.2. Ketersediaan *Pivot Actor* untuk memanfaatkan *ICT* bagi intervensi kebijakan pembangunan

pivot actors, yaitu aktor yang berperan sebagai perantara (*broker, intermediaries, catalysts, change agents, focal points*) yang menghubungkan sumber pengetahuan /informasi dengan kelompok sasaran melalui media *ICT*. *Pivot actors* dapat dimainkan oleh

aparatur pemerintah, aktor LSM, aktivis komunitas, secara individual, maupun secara *official* atas nama organisasi.

a. Ketersediaan penugasan dalam OPD untuk pengelolaan media sosial

Tugas dan kewenangan yang dimiliki seorang Aparatur Sipil Negara atau pegawai yang bekerja di lingkungan pemerintah biasanya didasarkan pada Surat Keputusan dari atasan. Hal demikian agar tugas yang melekat pada ASN memiliki landasan yang kuat dan mengikat. Namun ternyata sampai penelitian ini ditulis terkait pengelolaan *new media* jenis jejaring sosial milik OPD yang tergabung dalam TKPKD belum diberikan surat penugasan untuk mengelola media sosial sebagai media untuk mengintervensikan kebijakan pembangunan. (Bappeda, Diskominsta, Humas dan Dinas sosial, Hasil wawancara, diolah 2020)

b. Ketersediaan SDM yang sudah dilatih keterampilan mengelola media sosial

Keterampilan sumber daya manusia yang mampu mengelola media sosial sangatlah dibutuhkan. Namun, apabila kemampuan dalam mengelola media sosial masih kurang dapat diperbaiki dan dilatih dengan mengadakan pelatihan untuk mengelola media sosial. Hal tersebut dapat tercapai apabila OPD memiliki jumlah sumber daya yang cukup untuk mengurus media sosial secara khusus sehingga pemanfaatan media sosial untuk mengintervensikan kebijakan pembangunan atau

mendiseminasikan isu-isu strategis dapat berjalan sesuai rencana.

Pelatihan untuk mengelola *website* dan media sosial di OPD-OPD Kota Magelang sudah pernah dilaksanakan. Namun, dirasa belum efektif dikarenakan beberapa OPD kekurangan jumlah sumber daya manusia untuk menjadi admin yang khusus mengelola *website* dan media sosial ditambah kurangnya kecakapan teknis dari sumber daya manusia OPD. (Bappeda, Diskominsta, Dinas sosial, Humas, Hasil wawancara, diolah 2020)

1.3 Ketersediaan *content* isi kebijakan yang diintervensikan melalui ICT sebagai instrumen pembangunan

ICT berfungsi merekam pengetahuan/informasi, kemudian menggabungkan, dan menyebarkan. Lebih lanjut ICT membantu terjadinya dialog, debat, dan interaksi lintas pelaku. Selain itu ICT juga memungkinkan *sharing* pengetahuan, inovasi, teknologi, dan saling merekomendasikan hubungan sehingga terbentuk jaringan sosial baru, sebagai modal penguatan kapasitas.

a. Isu-isu yang diunggah oleh akun media sosial Pemerintah Kota Magelang

Kajian Bappenas (2015) dalam "Teknologi Informasi dan Komunikasi: Strategi Peduli Kemiskinan" mengungkapkan pentingnya pemanfaatan ICT (*information Communication Technologies*) atau TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) untuk penanggulangan kemiskinan dan konten isu yang perlu dicantumkan dalam media tersebut.

Isu kemiskinan perlu dikemas menggunakan media TIK sebagai alat bantu dalam upaya mengurangi kemiskinan. Dalam laporan tersebut Bappenas mengungkapkan tentang isu yang perlu disebarluaskan melalui media TIK. dan hambatan yang ditemui dalam praktik. merujuk dari kajian Bappenas (2015) setidaknya isu yang diunggah oleh media sosial pemerintah dalam upaya menanggulangi kemiskinan mencakup: (i) kewirausahaan mikro; (ii) informasi: kesehatan, pendidikan/peatihan ketrampilan, perumahan; (iii) *e-commerce*; (iv) *informasi persyaratan kebijakan kemiskinan*; (v) lapangan kerja/usaha; (vi) Mendorong mobilisasi jaringan modal sosial.

Namun, isu kemiskinan / isu strategis pembangunan lain sangat minim diunggah dalam akun media sosial pemerintah yang tergabung dalam TKPKD kelompok kerja pendataan dan pemberian informasi kemiskinan. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya strategi dalam mengelola dan merencanakan konten yang akan diunggah. Ditambah dengan rendahnya tingkat koordinasi antar OPD untuk mempublikasikan program / isu pembangunan melalui media sosial yang menjadi kewenangan masing-masing OPD. (Dinas Sosial, Diskominsta, Humas, Hasil analisis isi konten dan wawancara, diolah 2020)

b. Ketersediaan Moderasi dialog di media sosial

Media sosial telah memfasilitasi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi secara interaktif dua arah melalui fitur berkomentar, *reply* bahkan fitur pesan langsung yang telah disediakan oleh Facebook, Instagram dan Twitter . dengan adanya fitur tersebut memungkinkan untuk diadakannya dialog dengan saling membalas komentar atau *reply*. Hal ini belum dimanfaatkan oleh OPD yang mempunyai akun media sosial meskipun kolom komentar tidak ditutup dan dibatasi.

Caption atau tulisan di media sosial Pemerintah Kota Magelang masih sebatas press release atau berbentuk artikel berita dan belum memancing untuk diadakan dialog, meminta kritik, saran dan masukan dari masyarakat. tidak tersedianya moderasi dialog di media sosial Pemerintah Kota Magelang. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dibangun masih bersifat satu arah. (Diskominsta, Humas, Hasil wawancara, diolah 2020)

1.4 Ketersediaan kelompok sasaran yang menjadi tolok ukur perubahan kondisi setelah pemanfaatan ICT untuk intervensi kebijakan pembangunan.

Adanya masyarakat sebagai beneficiaries (penerima manfaat) adalah individu, kelompok, komunitas, organisasi, dan institusi.

a. Jumlah Followers

Followers atau pengikut merupakan sebutan bagi orang yang mempunyai akun

media sosial dan mengikuti akun media sosial orang lain dengan tujuan menambah daftar pertemanan, menambah jaringan, menambah ilmu dan transfer pengetahuan baru, mendapatkan informasi hingga untuk mendapatkan hiburan. Hal tersebut tergantung pada kategori akun media sosial yang diikuti.

Akun media sosial pemerintah seharusnya dapat menjadi wadah bagi para pengikutnya untuk mendapatkan informasi terkait kebijakan, program, membuka interaksi dan dialog dengan pengikutnya dan melibatkan partisipasi aktif dari pengikutnya.

OPD yang memiliki akun di tiga media sosial dan masih aktif yakni Humas Pemerintah Kota Magelang dan Dinas Komunikasi Statistik Kota Magelang. Sementara akun media sosial Bappeda dan Dinas Sosial Kota Magelang hanya memiliki akun Twitter yang terakhir aktif tahun 2017.

Jumlah pengikut per Juni 2020 akun media sosial Humas Pemerintah Kota Magelang: Instagram (13.000), Facebook (3880), dan Twitter (1235). Sementara untuk Diskominsta Kota Magelang per Juni 2020: Instagram (2298), Facebook (145), dan Twitter (237). Namun, ditemukan kedua OPD tersebut tidak terlalu memperhatikan pertumbuhan jumlah pengikut dan mencoba untuk membangun jaringan dengan pengikut sehingga tidak pernah dilakukan Monitoring dan Evaluasi pertumbuhan akun media sosial pemerintah. (Diskominsta, Humas, Hasil konten analisis dan wawancara, diolah 2020)

b. Jenis Respon Pengikut

Jenis respon umum atau *feedback* yang didapatkan dari unggahan sebuah konten berupa memberikan like dan komentar.

Tabel 1. Jenis Respon Pengikut

Jenis Respon	Kode
Pasif/Like	1
Komentar <i>out of topik</i> mendukung	2
Komentar tidak setuju, negatif	3
Komentar mendukung	4
Share/repost	5

Respon umum yang didapatkan dari *Followers* akun media sosial Humas Pemerintah Kota Magelang paling dominan hanya (1) Pasif berupa *Like*. respon tersebut dijumpai pada postingan atau unggahan yang berupa melaporkan agenda kegiatan pimpinan daerah serta unggahan ucapan hari besar nasional. Sementara Respon (5) pro aktif, yaitu *share* atau *repost*/menghubungkan link lain dari postingan pemerintah sering sekali muncul ketika akun media sosial tersebut mengunggah perihal laporan bantuan kemiskinan dan isu-isu strategis pembangunan lainnya.(Humas, Diskominsta, Analisis Konten, diolah 2020)

Respon (4) memberikan komentar yang bersifat mendukung sering muncul ketika akun media sosial mengunggah konten yang menurut masyarakat penting untuk dipublikasikan; isu kemiskinan, informasi program rumah untuk masyarakat berpenghasilan UMR dan inovasi pemerintah untuk membantu masyarakat seperti cek harga bahan pokok melalui aplikasi

atau media sosial whatsapp. (Humas, Diskominfo, Analisis Konten, diolah 2020)

Pola respon masyarakat lebih beragam dalam menanggapi unggahan terkait isu kemiskinan / isu pembangunan yakni berupa *share / repost*, memberikan komentar yang bersifat mendukung, dan mengajukan pertanyaan. Dibandingkan pada unggahan terkait kegiatan pemimpin daerah, peringatan hari besar dan liputan seremonial lainnya dimana respon pengikut lebih dominan pasif berupa *like*.

c. Respon Balik Pemerintah

Respon balik pemerintah sebagai pemilik akun media sosial menanggapi komentar dan pertanyaan dari pengikut sangatlah penting. Namun yang terjadi pemerintah jarang untuk memberikan respon balik langsung di media sosialnya. Rendahnya koordinasi antar OPD, birokrasi yang kaku menjadi beberapa penyebabnya. Sering dijumpai sikap (1) tidak merespon dari pemerintah terhadap pertanyaan yang diajukan oleh pengikut. (Humas, Diskominfo, analisis konten, diolah 2020)

mekanisme untuk merespon pertanyaan atau komentar dari masyarakat terletak pada bobot pertanyaan. Jika pertanyaan yang bersifat umum dan masih masuk tugas OPD masing-masing besar kemungkinan untuk langsung direspon. Tetapi bila pertanyaan diluar kapasitas admin media sosial hal tersebut ditanyakan kepada atasan untuk dikoordinasikan kepada OPD

lain yang dituju. Hal ini yang kemudian membuat respon balik dari pemerintah terlambat atau bahkan tidak merespon. (Humas, Diskominfo, analisis konten, hasil wawancara, diolah 2020)

Hasil penelitian yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa pemerintah Kota Magelang belum memanfaatkan media sosial untuk mendiseminasikan kebijakan penanggulangan kemiskinan. Hal ini terlihat dari; (i) pengelolaan media sosial terkait proporsi isu konten unggahan di media sosial yang menunjukkan diseminasi terkait isu kemiskinan belum direncanakan secara khusus untuk dipublikasikan terlihat dari sangat sedikitnya jumlah unggahan terkait isu kemiskinan, (ii) respon balik pemerintah dalam menanggapi komentar dan pertanyaan pengikut cenderung tidak merespon sehingga penggunaan media sosial masih berjalan satu arah. Sehingga, TIK belum memerankan aspek sosialnya untuk penyebaran informasi, social learning, dialog, dan pembentukan jejaring. Hal ini terlihat dari; (i) belum adanya strategi dalam mengelola konten dan monitoring evaluasi untuk melihat pertumbuhan *followers*, (ii) respon pengikut/masyarakat masih cenderung pasif dengan hanya memberikan *like* pada unggahan yang bersifat satu arah.

Hasil analisis tersebut berkaitan dengan belum adanya SOP berupa Surat Keputusan/Surat Edaran untuk setiap OPD mempunyai media sosial dan admin khusus yang mengelola sehingga belum semua OPD di

Kota Magelang mempunyai media sosial resmi. Frekuensi unggahan yang tidak tentu dan tidak memperhatikan strategi dalam mengelola media sosial disebabkan masih kurangnya kemampuan teknis sumber daya, kurangnya jumlah sumber daya yang fokus mengelola media sosial dan ditambah pelatihan yang diadakan hanya satu kali dengan durasi singkat dianggap kurang berdampak terhadap kecakapan teknis untuk mengelola web dan media sosial.

Hasil penelitian yang diperoleh menjustifikasi hasil penelitian sebelumnya terkait temuan penggunaan media sosial di sektor pemerintah yang komunikasinya masih satu arah dan belum memancing dialog dengan pengikut serta kurang responsifnya pemerintah untuk membalas komentar terkait isu-isu strategis dari pengikutnya (Spacek (2018), Asamoah (2019)).

Diseminasi terkait pembangunan daerah dan isu kemiskinan masih menggunakan cara konvensional. Kelompok miskin sebagian besar mengandalkan akses informasi dari *broker knowledge/ broker information*, yaitu tokoh masyarakat di lingkungannya yang melek teknologi informasi, misalnya: ketua RT, pekerja sosial, tetangga yang PNS di Pemerintah kota (Wahyunengseh et al, 2020).

Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Ramadani (2019) yang menemukan bahwa adanya strategi komunikasi publik yang terencana, dukungan

Pejabat dan Pelaksana, *Standard Operating Procedure* (SOP), dan konten-konten kreatif melalui tanda pagar (tagar) yang terkait sektor ESDM dapat meningkatkan jumlah pengikut media sosial.

Atiko *et al.* (2016) yang menemukan bahwa Kementerian Pariwisata RI telah melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan maksimal melalui Instagram untuk meningkatkan wisatawan di Indonesia baik dalam negeri maupun mancanegara dan telah memiliki strategi dan perencanaan dalam mengelola konten unggahan untuk memaksimalkan promosi menggunakan media sosial Instagram.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kebijakan penanggulangan kemiskinan di Kota Magelang belum memanfaatkan *new media* khususnya media sosial. Kesiapan memanfaatkan TIK oleh Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan Daerah yang bertugas memberikan informasi dan pendataan terkait kemiskinan belum maksimal. Meskipun Kota Magelang dari segi kesiapan sarana dan prasarana penunjang telah memadai ditambah literasi digital sebagian besar masyarakatnya cukup tinggi. Ditambah, pola respon masyarakat terhadap unggahan pemerintah tentang isu kemiskinan / isu pembangunan lainnya lebih beragam yakni memberikan respon pro aktif seperti membagikan ulang postingan, memberikan komentar berupa dukungan, memberikan komentar berupa

pertanyaan dibandingkan unggahan yang bukan tentang isu kemiskinan / pembangunan lainnya.

Pemerintah Kota Magelang harus segera menerbitkan Surat Keputusan atau Surat Edaran sebagai SOP Organisasi Perangkat Daerah agar memiliki akun media sosial dan admin khusus yang mengelolanya. Koordinasi antar OPD untuk mendiseminasikan masing-masing program/kebijakan harus ditingkatkan dengan salah satu alternatif membuat grup di aplikasi whatsapp. Pelatihan untuk mengelola media sosial harus dilakukan secara berkala supaya setiap OPD mempunyai strategi, perencanaan dalam memegang akun media sosial sehingga diharapkan setiap unggahan dapat memancing dialog memberikan umpan untuk pengikut menyampaikan saran, masukan dan pertanyaan terkait kebijakan pembangunan daerah terkhusus tentang isu kemiskinan.

DAFTAR PUSTAKA

Annur, C. M. (2019, May 16). Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Capai 64,8%. Retrieved October 27, 2019, from <https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648>

Asamoah, K. (2019). E-governance in Africa's local governments: Do district assemblies in Ghana optimize the use

of websites and social media? *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(4), 1–13. <https://doi.org/10.1002/isd2.12082>

Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel). *Jurnal Sositologi*, 15(3), 378-389.

Björklund, F. (2016). E-government and moral citizenship: the case of Estonia. *Citizenship Studies*, 20(6-7), pp.914-931. Doi: [abs/10.1080/13621025.2016.1213222](https://doi.org/10.1080/13621025.2016.1213222)

Bappenas. 2015. *Teknologi Informasi dan Komunikasi: Strategi Peduli Kemiskinan*. Jakarta: Bappenas.

Bappenas. 2019. *Program Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Bappenas.

Badan Pusat Statistik Kota Magelang. 2019. *Kota Magelang Dalam Angka*. Magelang: Badan Pusat Statistik Kota Magelang.

Badan Pusat Statistik Indonesia. 2019. *Kemiskinan dan Ketimpangan*. Indonesia: Badan Pusat Statistik Indonesia

Carlo Bertot, J., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2012). Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 6(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/17506161211214831>

Dwi Wahyunengseh, R., Hastarjo, S., Mulyaningsih, T., & G. Suharto. D. (2020). Digital Governance and Digital Divide: A Matrix of the Poor's Vulnerabilities. *Policy & Governance Review*, 4(2), 152-166. Doi: <https://doi.org/10.30589/pgr.v4i2.296>

- Flor A. (2015) Constructing Theories of Change for Information Society Impact Research. In: Chib A., May J., Barrantes R. (eds) *Impact of Information Society Research in the Global South*, pp.45-62. Springer, Singapore. DOI:10.1007/978-981-287-381-1_3. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-287-381-1_3
- Furqon A. M., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., Rakhmawati, A. N., (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sositologi*, 17(2), 177-188.
- Gil-Garcia, J.R., Dawesa, S.S., Pardo, T.A. (2018). Digital government and public management research: finding the crossroads. *Public Management Review*, 20(5), 633-636. doi: 10.1080/14719037.2017.1327181
- Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet. (2019, September 11). Retrieved October 27, 2019, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>
- Johansson, K.M., and Raunio, T. (2019). Government communication in a comparative perspective in Johansson, K.M. & Nygren, G. (eds.) *Close and distant: Political executive-media relations in four countries*, pp. 127-148. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- Kelleher, J. (2017) October 27, 2017, Implementation of e-Government to be accelerated in Indonesia. *Opengovasia.com*. Retrieved from: <https://www.opengovasia.com/articles/6761-implementation-of-e-government-to-be-accelerated-in-indonesia>
- Kemp, S. (2019) Januari 31, 2019, Digital 2019: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government*. New York, United States: Springer Publishing.
- Kozma, R. B., & Vota, W. S. (2014). ICT in developing countries: Policies, implementation, and impact. In J. M. Spector, M. D. Merrill, J. Elen, & M. J. Bishop (Eds.), *Handbook of research on educational communications and technology* (pp. 885-894). New York: Springer. retrieved from www.researchgate.net
- Knox, C. C. (2016). Public Administrators' Use of Social Media Platforms: Overcoming the Legitimacy Dilemma?. *Administration & Society*, 48(4), 477-496.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction To Its Methodology*.
- Meijer, A., Bolivar R.P.M., Gil-Garcia R. J., (2018) From E-Government to Digital Era Governance and Beyond: Lessons from 15 Years of Research into Information and Communications Technology in the Public Sector.
- Micklethwait, A. (2014). *Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers*, OECD Working Papers on Public Governance, No. 26, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5jxrcmghmk0s-en>.
- Osei-Kojo, A. (2017). E-government and public service quality in Ghana. *Journal of Public Affairs*, 17(3), e1620. <https://doi.org/10.1002/pa.1620>

- Pemerintah Indonesia. 2003. Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang *Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government di Indonesia*
- Peraturan Menteri PAN Nomor 83 Tahun 2012 tentang *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah*
- Perpres No. 15 Tahun 2010 tentang *Percepatan Penanggulangan Kemiskinan dan membentuk Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan atau (TNP2K)*.
- Prabhakaran, A., & Kalyani, K. (2014). The thumb generation: ICT application in libraries. *Journal of Library, Information and Communication Technology (JLICT)*, 6(1-2), 42-47. Retrieved from <http://www.escienceworld.in/index.php/jlic/article/view/61/61>
- Ramadani, Thoriq. (2019). Implementasi Kebijakan Pengelolaan Komunikasi Publik di Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. *Jurnal Borneo Administrator*, 15 (1), 1-18. <https://doi.org/10.24258/jba.v15i1.369>
- Rauchfleisch, A. (2017). The public sphere as an essentially contested concept: A co-citation analysis of the last 20 years of public sphere research. *Communication and the Public*, 2(1), 3–18. doi:10.1177/2057047317691054
- Špaček, D. (2018). Social Media Use in Public Administration: The Case of Facebook Use by Czech Regions. *NISPAcee Journal of Public Administration and Policy*, 11(2), 199–218. <https://doi.org/10.2478/nispa-2018-0019>
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2014). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 189-214. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.871323>
- Wolfson, T., Crowell, J., Reyes, C., & Bach, A. (2017). Emancipatory broadband adoption: Toward a critical theory of digital inequality in the urban United States. *Communication, Culture and Critique*, 10, 441-459. Doi:10.1111/cccr.12166