

**MEDIA CENTER SEBAGAI BADAN INFORMASI PEMERINTAHAN
KABUPATEN LANDAK, KALIMANTAN BARAT DI ERA PANDEMI
COVID – 19**



Disusun Oleh

Gusti Rachmad Fajar Maulana

19321143

Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Seni Budaya

Universitas Islam Indonesia

HALAMAN PENGESAHAN

**Media Center Sebagai Badan Informasi Pemerintahan Kabupaten Landak,
Kalimantan Barat Di Era Pandemi Covid – 19**

Disusun Oleh:

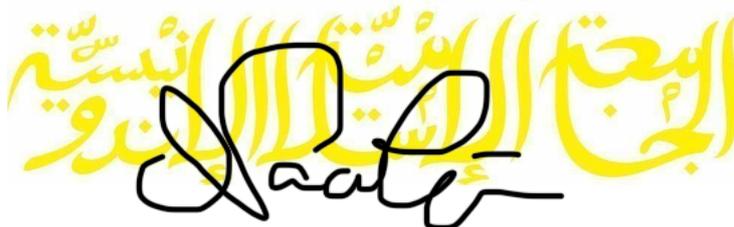
GUSTRACHMAD FAJAR MAULANA

No. Mahasiswa: 19321143

**Telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
dihadapan Tim Penguji Skripsi**

30 November 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A.

NIDN: 0505068902

HALAMAN PENGESAHAN

**Media Center Sebagai Badan Informasi Pemerintahan Kabupaten Landak,
Kalimantan Barat Di Era Pandemi Covid – 19**

Disusun Oleh:

GUSTI RACHMAD FAJAR MAULANA

No. Mahasiswa: 19321143

Telah diperintahkan dan disahkan oleh dewan Penguji skripsi Program
studi ilmu komunikasi fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya

Universitas Islam Indonesia

Minggu, 7 Januari 2024

Dewan Penguji:

1. Ketua : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A

NIDN : 0505068902

(.....)

2. Anggota : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0529098201

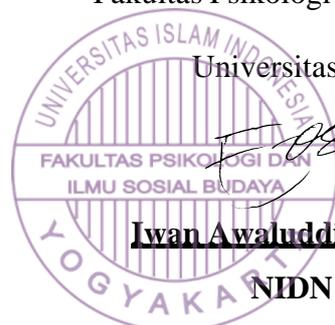
(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin, S.IP., M.Si., Ph.D

NIDN 0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK
Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Gusti Rachmad Fajar Maulana

No. Mahasiswa : 19321143

Melalui surat ini menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk, seperti plagiasi, pembuatan skripsi oleh oranglain atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai peneliti, bukan karya jiplakan atau karya oranglain.
2. Apabila dalam ujian skripsi ini saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti bahwa skripsi saya adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Dengan demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 06 Februari 2024



Gusti Rachmad Fajar Maulana

19321143

HALAMAN MOTTO

“Engkau tak dapat meraih ilmu kecuali dengan enam hal yaitu; cerdas, selalu ingin tahu, tabah, punya bekal dalam menuntut ilmu, bimbingan dari guru, dan dalam waktu yang lama”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Abah Gusti Wahyudi dan Bunda Dewi Indriya Puspitsari yang telah memberikan doa dan motivasi untuk kesuksesan saya serta memberikan cinta kasih sekaligus berperan untuk menjadi penuntun dalam menjalani hidup ini.
2. Untuk kedua kakek nenek saya, almarhum Neang Laki dan Neang Putri yang telah mendukung secara materil serta motivasi untuk kesuksesan saya dalam menjalani hidup serta dapat menjadi pengganti kedua orang tua saya memberikan tuntunan untuk menjalani hidup.
3. Keluarga terdekat saya, Ngah Agus dan Oson Ien serta seluruh keluarga yang telah memberi *suppott* materil dan moril untuk menyelesaikan pendidikan saya.
4. Seluruh jajaran dosen dan staff Universitas Islam Indonesia di Program Studi Ilmu Komunikasi. Dosen Pembimbing saya yaitu Ibu Nadia Wasta Utami S.I.Kom., MA. yang telah memberikan saya arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seorang teman terdekat saya yang telah membantu dan menemani jatuh bangun dalam mengerjakan skripsi ini. Athalia Meifira
6. Teman – teman terdekat saya Wisnu Bayu dan Diko serta seluruh teman seperjuangan di Prodi Komunikasi angkatan 2019

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkah rahmat, hidayah, serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis dengan judul “Media Sosial Sebagai Media *Government Public Relation* Pemerintah Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di era Pandemi Covid – 19 ” sesuai dengan batas waktu yang ditentukan.

Karya tulis ini dibuat untuk mengetahui bagaimana Humas Pemkab Landak dalam memanfaatkan media sosial sebagai media *Government Public Relation* Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di era Pandemi Covid – 19. Untuk memenuhi pemerolehan gelar Sarjana Starta S1sProgram Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penulis sadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, yang dikarenakan keterbatasan waktu dan pikiran penulis baik dari segi bahasa maupun teknik penyajian. Dengan demikian, besar harapan penulis untuk memperoleh kritik dan saran yang membangun dari para pembaca adar karya tulis ini semakin baik kedepannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak terlepas dari dukungan orang-orang terdekat yang telah banyak membantu secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus penulis mengucapkansterimakasih sebesar – besarnya kepada:

1. Orang tua yang sudah dengan sabar memberikan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis, yang mendoakan penulis selalu dalam menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini.
2. Ibu Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., MA, selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan, bimbingan, dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

3. Kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Kepada narasumber yang telah membantu dalam pengambilan data sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik
5. Keluarga besar penulis yang senantiasa memanjatkan doa dan memberikan dukungan serta semangat untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Yogyakarta, 2023

Penulis

Gusti Rachmad Fajar Maulana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Tinjauan Pustaka.....	5
1.6 Kerangka Teori.....	7
1.6.1 Komunikasi.....	7
1.6.2 Informasi Pemerintah.....	8
1.6.3 Media Sosial di Pemerintahan.....	10
1.7 Metode Penelitian.....	12
1.7.1 Jenis Penelitian.....	12
1.7.2 Subjek Penelitian.....	12
1.7.3 Objek Penelitian.....	13
1.7.4 Metode Penelitian.....	13
1.7.5 Desain Studi Fenomenologi.....	13
1.7.6 Langkah Langkah Penelitian.....	13
1.7.7 Lokasi Penelitian.....	14
1.7.8 Waktu Penelitian.....	14
1.7.9 Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.7.10 Teknik Analisi Data.....	15
BAB II GAMBARAN UMUM	16
2.1 Kabupaten Landak.....	16
2.2 Media Center.....	18

2.3	Visi dan Misi Media Center Kabupaten Landak	19
2.4	Posisi Anggota Media Center.....	20
BAB III TEMUAN PENULISAN DAN PEMBAHASAN.....		22
3.1	Media Sosial yang Digunakan Oleh Pemkab Landak	23
3.1.1	Instagram.....	24
3.1.2	Facebook.....	24
3.1.3	Twitter.....	26
3.1.4	Youtube.....	26
3.2	Bentuk Konten Media Sosial Pemkab Landak.....	28
3.2.1	Konten Carousel.....	29
3.2.2	Single Post	31
3.2.3	Video.....	32
3.2.4	Story	35
3.3	Hastag.....	36
3.4	Jenis Konten yang Dibagikan Pemkab Landak.....	37
3.4.1	Kegiatan Pimpinan.....	38
3.4.2	Informasi pada Pandemi Covid – 19.....	39
3.4.3	Hasil Program Pemerintah Kabupaten Landak.....	39
3.4.4	Informasi Kebutuhan sehari – hari.....	40
3.4.5	Ajakan Dalam Membantu Program Pemerintah	41
3.5	Komunikasi Akun Sosial Media Pemkab Landak.....	43
3.6	Proses Pembuatan Konten	43
3.7	Evaluasi Tim Media Center.....	44
3.8	Pendapat Masyarakat Landak.....	45
3.9	Analisis dan Pembahasan	48
3.9.1	Komunikasi.....	48
3.9.2	Informasi Pemerintahan	51
3.9.3	Media Sosial.....	57
BAB IV PENUTUP		61
4.1	Kesimpulan.....	61
4.2	Keterbatasan Penelitian	62
4.3	Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA..... 65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Narasumber.....	22
Tabel 3. 2 Tabel Narasumber.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta wilayah Kabupaten Landak.....	17
Gambar 2. 2 Lambang Kabupaten Landak	18
Gambar 2.3 Dokumentasi predikat sebagai Badan Publik Informatif untuk kategori pemerintah	19
Gambar 2. 4 Struktur Media Center Landak.....	20
Gambar 2. 5 Logo Media Center Kabupaten Landak.....	21
Gambar 3. 1 Media sosial Instagram Pemkab Landak	24
Gambar 3. 2 Media sosial Facebook Pemkab Landak.....	25
Gambar 3. 3 Media sosial Twitter Pemkab Landak.....	26
Gambar 3. 4 Media sosial Youtube Pemkab Landak.....	27
Gambar 3. 5 Konten Carousel berbentuk microblogging di Instagram @Pemkab_landak	30
Gambar 3. 6 Konten Carousel Foto Kegiatan Bupati	31
Gambar 3. 7 Single Post di Sosial Media Pemkab Landak.....	32
Gambar 3. 8 Video di Facebook Pemkab Landak	33
Gambar 3. 9 Video reels Instagram Pemkab Landak	34
Gambar 3. 10 Video Siaran Langsung Facebook Pemkab Landak	35
Gambar 3. 11 Foto Instagram Stories Pemkab Landak	36
Gambar 3. 12 Postingan yang memiliki hastag dari akun media sosial Pemkab Landak.....	37
Gambar 3. 13 Postingan Kegiatan Bupati Kab Landak	38
Gambar 3. 14 Postingan Informasi Terkait Covid – 19.....	39
Gambar 3. 15 Postingan hasil program pemerintah selama menjabat	40
Gambar 3. 16 Postingan Terkait Informasi Ketersediaan Kebutuhan Sehari – Hari	41
Gambar 3. 17 Postingan Ajakan Pemerintah Kepada Masyarakat Untuk Programnya.....	42
Gambar 3. 18 Screenshoot comment di media sosial Pemkab Landak	45
Gambar 3. 19 Screenshoot comment di media sosial Pemkab Landak	46
Gambar 3. 20 Screenshoot jumlah bagikan, suka dan komentar di sosial media Pemkab Landak	47
Gambar 3. 21 Screenshoot jumlah bagikan, suka dan komentar di sosial media Pemkab Landak	47
Gambar 3. 22 Screenshoot tindakan prees agentry (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab .	53

Gambar 3. 23 Screenshoot tindakan prees agentry	53
Gambar 3. 24 Screenshoot tindakan prees agentry	54
Gambar 3. 25 Screenshoot tindakan Informasi Publik	55

ABSTRAKSI

Maulana, Gusti Rachmad Fajar. 19321143. Media Center Sebagai Badan Informasi Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di Era Covid - 19. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2023.

Kemajuan teknologi menjadi situasi dimana semua bidang khususnya di penyebaran informasi untuk beradaptasi dengan situasi tersebut. Beradaptasi dengan keadaan yang teknologi semakin maju dapat memudahkan menyebarkan informasi untuk menjalankan peran – perannya seperti mejadi sumber informasi ataupun menjadi fasilitator komunikasi, tidak terkecuali untuk Media Center. Badan Informasi Kabupaten Landak yaitu tim Media Center juga memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk memudahkan pekerjaannya sebagai Badan Informasi Landak. Media sosial menjadi media dari tim Media Center untuk memudahkan menjalankan perannya sebagai sumber informasi dari Pemkab Landak, dalam melakukan penyebaran informasi tim Media Center menggunakan berbagai media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media center sebagai badan informatif Pemerintahan Kabupaten Landak. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dan menggunakan paradigma post–positivisme. Data dikumpulkan dengan cara observasi dan melakukan wawancara terhadap narasumber dari tim Media Center dan masyarakat Kabupaten Landak..

Hasil dari penelitian ini bahwa tim dari Media menggunakan berbagai konten seperti konten carousel, *single post*, video dan *story* untuk menyebarkan infromasi kegiatan pimpinan, informasi terkait covid -19 , hasil dari progja pemerintah, serta ajakan untuk membantu keberhasilan program dari pemerintah. Namun Media Center Pemkab Landak memiliki kelemahan dalam menjadi badan informasi yaitu belum cukup responsif di media sosial sosialnya selain itu tim dari Media Center belum dapat membuat jadwal tetap dalam penyebaran informasi sehingga masyarakat belum secara maksimal mendapatkan berita yang *update* terkait informasi kegiatan pimpinan, informasi terkait covid -19 , hasil dari progja pemerintah, serta ajakan untuk membantu keberhasilan program dari pemerintah.

Kata Kunci: Sumber Informasi, Badan Informasi Pemerintah, Media Sosial, Facebook, Instagram, Pemerintah Kabupaten Landak

ABSTRACT

Maulana, Gusti Rachmad Fajar. 19321143. Media Center As The Government Information Agency Kabupaten Landak District, West Kalimantan In Covid Pandemic Era. Underfraduated Thesis Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social Sciences Culture. Indonesian Islamic University. 2023

Technological advancement is a situation where all fields, especially in information dissemination, need to adapt to the situation. Adapting to the situation that technology is increasingly advanced can make it easier to disseminate information to carry out its roles such as being a source of information or being a communication facilitator, no exception for the Media Center. The Landak District Information Agency, namely the Media Center team, also utilizes this technological advancement to facilitate its work as the Landak Information Agency. Social media is the media of the Media Center team to facilitate carrying out its role as a source of information from the Landak Regency Government, in disseminating information the Media Center team uses various social media such as Facebook and Instagram.

This research aims to analyze how the media center as an informative body of the Landak Regency Government. This research applies qualitative methods and uses the post-positivism paradigm. Data was collected by observation and conducting interviews with resource persons from the Media Center team and the people of Landak Regency.

The results of this study show that the media team uses various content such as carousel content, single posts, videos and stories to disseminate information on leadership activities, information related to covid -19, the results of government programs, and invitations to help the success of government programs. However, the Landak Regency Government Media Center has a weakness in becoming an information agency, namely that it is not yet responsive enough on its social media, besides that the team from the Media Center has not been able to make a fixed schedule in disseminating information so that the community has not maximally received updated news related to information on leadership activities, information related to covid -19, the results of government programs, and invitations to help the success of government programs.

Keyword:; Information sources, Government information agencies Social Media, Facebook, Instagram, Landak Regency Government

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi berada dalam fase kemajuan termasuk dalam penyebarluasan informasi dan berkomunikasi. Perkembangan teknologi informasi sudah masuk di berbagai aspek kehidupan terutama pertukaran informasi suatu organisasi maupun instansi pemerintahan. Pemerintah juga memanfaatkan kemajuan dari teknologi dengan melakukan sebuah inovasi dalam menyebarkan informasi menggunakan sosial media agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. *Electronic government (E-Government)* kini digunakan oleh pemerintahan daerah sebagai media dalam menyampaikan informasi.

Media sosial pun menjadi wadah dalam penyebarluasan informasi ataupun berkomunikasi. Media sosial tidak hanya sebagai alat bagi kemudahan penyebarluasan informasi tetapi juga menjadi alat yang memiliki tujuan dalam menyampaikan kandungan media dan menyediakan kemudahan intraksi untuk penulis dan pembaca. Pemerintah kota maupun daerah kini telah menggunakan sosial media seperti Facebook dan Instagram sebab mereka mempunyai fungsi untuk membuka informasi kepada publik dan memiliki keamanan yang cukup kuat. Selain itu kini pengguna sosial media semakin hari semakin bertambah. Hal itu juga menjadi faktor pendukung untuk fenomena ini.

Laporan dari *We are social* mengatakan bahwa, dibulan Januari tahun 2022 di Indonesia pengguna internet menyentuh hingga 205 juta jiwa. Pada tahun sebelumnya tercatat sebanyak 203 juta jiwa menggunakan sosial media. Perkembangan dari tahun 2021 sampai tahun 2022 naik 2% dalam penggunaan sosial media. Melihat kecenderungannya, akan tetap tumbuh setiap tahunnya. Pada tahun 2012 hanya berjumlah 39,6 juta jiwa. Rata – Rata orang Indonesia dalam menggunakan internet setiap harinya sekitar 8 jam 36 menit. Pengguna internet di Indonesia sekitar 94,1% menggunakan telpon genggam. (Cindy Mutia Annur, 2022).

Dengan semakin banyaknya pengguna sosial media maka sosial media digunakan sebagai wadah dalam menyebarkan informasi maka penting sekali pemerintah memanfaatkan sosial media.

Dalam penyebarluasan informasi. Mengacu pada Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik maka pemerintah membuat program agar masyarakat mengetahui segala sesuatu yang telah dikerjakan oleh pemerintah dalam pembangunan. Pemerintah juga melakukan sebuah pengolahan berita atau informasi kepada masyarakat agar masyarakat paham serta memberikan sebuah dukungan terkait kebijakan serta program yang telah dibuat atau sedang dijalankan.

Kemajuan teknologi semakin memungkinkan masyarakat mendapatkan apa yang mereka inginkan, termasuk menjamurnya informasi pemerintah, terutama badan informasi yang ditunjuk pemerintah yang bertindak sebagai juru bicara untuk mengkomunikasikan segala informasi kepada masyarakat. Karena berbagai kemudahan yang diberikan oleh media sosial, bermunculanlah berbagai akun anonim dan non-anonim di media sosial yang mempengaruhi opini masyarakat. Akun-akun tersebut mungkin melaporkan informasi yang mereka alami sendiri, namun mereka juga sering melaporkan informasi yang diperoleh dari teman, saudara, atau sumber lain yang tidak dapat dipastikan keaslian informasinya.

Ketika Covid – 19 membuat kegaduhan besar di Indonesia dan beraneka informasi miring tersebar di masyarakat Indonesia. Untuk mencegah kepanikan dan kericuhan disebabkan informasi yang tidak bisa dijamin validasinya. Berdasarkan Web resmi dari Kemkominfo, Menteri Kominfo Jonny G Plate memastikan pihak yang terlibat dalam penyebaran informasi akan selalu mengkonfirmasi atas kebenaran isu – isu beredar di media sosial yang menjadi kiblat informasi masyarakat. Hal ini bertujuan guna melindungi masyarakat dari informasi keliru yang memberikan dampak negatif bagi penerimanya, terutama informasi mengenai Covid – 19.

Sementara, Direktur Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kemkominfo Widodo Muktiyo menegaskan pihaknya akan membagikan narasi positif melalui berbagai kanal komunikasi mengenai kepedulian antar masyarakat sehingga akan menimbulkan rasa kepedulian antar sesama. Kanal Komunikasi yang dimanfaatkan dalam penyebaran narasi positif diantaranya ialah secara tatap muka maupun media sosial.

Dijelaskan bahwa media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi positif terutama dalam masalah Covid – 19 antara lain, Facebook dan Instagram. Pada 16 Maret 2020, pemerintah mengumumkan kebijakan untuk melakukan aktivitas produktif di rumah demi mencegah penyebaran dari virus Covid – 19. (Ihsannuddin, 2020). Dalam rangka menjalin komunikasi yang tidak terputus, pemerintah memanfaatkan perantara yang mampu mengupayakan

penyebaran informasi yakni platform media sosial. Pemanfaatan media sosial ini dimaksimalkan sebagai perantara dalam terjalinnya interaksi antara pemerintah dan masyarakat yang terbukti mampu mengedukasi masyarakat mengenai Covid – 19, informasi serta dukungan antar warga (Sampurno, et al. 2020).

Penggunaan media sosial saat masa pandemi bukan menjadi yang pertama kali, melainkan pemerintah sudah membentuk kanal-kanal digital yang ditujukan untuk memaksimalkan informasi kebijakan dan sosialisasi publik. Akan tetapi, kanal-kanal tersebut belum dimaksimalkan pemanfaatannya sehingga masih bergantung pada saluran media massa dan belum menjadi saluran prioritas.

Pemerintahan daerah yang ada di Indonesia yaitu daerah Kabupaten Landak, Kalimantan Barat juga juga menetapkan Media Center sebagai pengelola badan informasi dan menjadikan media sosial menjadi *tools* (alat) sumber informasi. Media sosial Instagram dan Facebook milik Pemerintahan Kabupaten Landak (Pemkab Landak) yang dikelola oleh media center sejak 22 Januari 2019 dan followers dimulai dari 0, Pemkab Landak aktif memberi informasi.

Instagram dan Facebook dari Pemkab Landak dikelola dengan baik terbukti Instagram dengan username @pemkab_landak sudah memiliki sekitar 8.094 pengikut dan memiliki lebih dari 1.700 postingan sedangkan facebooknya dengan username Pemerintah Kabupaten Landak kini memiliki sekitar 11.000 pengikut.

Konten dari kedua sosial media ini aktif untuk mengunggah berbagai kegiatan Pemkab Landak memberi edukasi atau informasi mengenai upaya pengurangan Covid – 19 sehingga Pemkab Landak meraih penghargaan predikat Badan Publik Informatif untuk kategori pemerintah kabupaten/kota se-Kalimantan Barat yang dikeluarkan oleh Komisi Informasi Pusat (KIP). Penghargaan tersebut diberikan langsung oleh Ketua Komisi Informasi Provinsi Kalimantan Barat.

Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat tentu meningkat dimanfaatkan oleh Pemkab Landak untuk menyebarkan informasi karena media sosial merupakan media baru yang dimana dapat mengikuti perkembangan teknologi dan interaktif bahkan semua orang maupun lembaga dapat membuat konten di media sosial. Media sosial juga sangat diharapkan menjadi sebuah alat yang dapat memberi kemajuan informasi yang terbuka dan bersifat merata.

Dari berbagai pemaparan diatas peneliti mengambil poin penting, bahwa sifat media sosial sangat mudah diakses sehingga dapat mengakibatkan media memiliki kekuatan untuk

mengkonstruksi opini dari masyarakat Indonesia. Poin selajutnya peran dari Media Center dalam mekomunikasikan informasi kepada masyarakatnya.

1.2 Rumusan Masalah

Fokus permasalahannya adalah strategi Humas Pemkab Landak dalam memberi informasi perihal Covid-19 yang terjadi di Kabupaten Landak, Kalimantan Barat untuk masyarakat. Jawaban dari permasalahan akan dijawab melalui penelitian media sosial dari Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat.

Rumusan Masalah: Bagaimana Media Center sebagai Badan Informasi Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di Era Covid - 19

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat memahami bagaimana Media Center sebagai Badan Informasi Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di Era Covid - 19.
2. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Media Center dengan cara apa mereka menyebarkan berita – berita kepada masyarakatnya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Harapannya penelitian ini bisa dapat memperkaya rujukan teori dan konsep terkait program GPR dengan memanfaatkan sosial media

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan untuk bisa memberi manfaat bagi pengelola akun media sosial pemerintah Kabupaten Landak, Kalimantan Barat untuk mengetahui lebih banyak ilmu pengetahuan tentang Media Sosial dalam Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di Era Pandemi Covid 19

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu dapat menjadi dasar untuk mengetahui apakah penelitian memiliki kemiripan atau tidak. Penelitian yang menjadi rujukan dalam penulisan ini adalah. Skripsi milik M. Friyanto Pratama, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020. Penelitian ini berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemrov Riau”. Metode dari penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Humas Riau menjaga komitmen dalam penyebaran informasi agar dapat dijamin kevalidasiannya, penyampaian informasi haruslah berdasarkan fakta aktual. Tidak hanya itu untuk mengatasi berita miring yang beredar Humas Riau menanggapi berbagai bentuk komentar yang ada dengan mencoba semaksimal mungkin, mau itu berbentuk pertanyaan atau masyarakat meminta informasi pasti yang telah di unggah di media sosial. Humas Riau juga kerap meluruskan kabar yang simpang siur atau telah terjadi kesalah pahaman dalam penangkapan pesan yang telah disampaikan Humas Riau. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan penulis terdapat di *platformnya* yaitu penelitian ini hanya berfokus kepada Instagram saja tapi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berfokus kepada Instagram dan Facebook.

Penelitian yang ditulis Heri Juanda pada tahun 2017 dengan judul “Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh” yang diterbitkan oleh Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan bersifat studi deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu untuk menjalankan roda pemerintahan, pemerintah mempunyai sebuah program dan aktivitas untuk di jalankan. Humas bertindak sebagai bagian yang memberi informasi yang sesuai dengan kegiatan atau aktivitas yang sedang dilaksanakan atau sedang dilaksanakan. Untuk memberikan informasi pentingnya strategi untuk digunakan guna informasi yang telah diberikan dapat tersampaikan sehingga memengaruhi persepsi dari khalayak, termasuk dalam pemanfaatan media baru yaitu media sosial. Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah selain perbedaan objek, terdapat perbedaan dalam fokus media sosial apa yang menjadi fokus dalam penyebaran informasi. Selain itu fokus dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah tentang informasi apa humas daerah sampaikan ke khalayak.

Penelitian Muhammad Wahyu Effendi, Yan Hendra, dan Armansyah Matondang pada tahun 2019. “Dengan judul Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun

Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan”. Penelitian ini diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Indonesia dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia. Kualitatif merupakan pendekatan penelitian ini dan metode yang digunakannya adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Citra Pemkot Medan cenderung mengarah ke citra positif sebab Pemkot Medan melalui akun media sosialnya yaitu @humas_pemkoda bisa menjadi informan yang baik hal itu terlihat dari 6 kategori postingannya. Perbedaannya terletak pada penelitian ini memiliki konsep dalam membahas beberapa kategori unggahan di media sosial Pemerintah Kota Medan untuk menyebarkan informasi dan pengaruhnya adalah dapat meningkatkan citra baik Pemerintah Kota Medan. Sedangkan konsep yang ditulis oleh penulis adalah membahas bagaimana peran pemerintah Kabupaten Landak menjadi sumber informasi dalam penyebaran informasi di masa krisis terjadi yaitu terdampaknya Covid – 19 bagi masyarakat.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Sri Haryanti dan Effy Zalfiana Rusfian pada tahun 2018. Dengan judul “Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems”. Penelitian ini diterbitkan oleh Universitas Gajah Mada. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dan deskriptif untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Hasil dari penelitian ini adalah peran transformasi yang dapat dimainkan media sosial dalam komunikasi global antar komponen masyarakat. Meskipun demikian, proses transformasi hanya dapat terjadi jika kondisi pendukung tertentu telah tersedia, antara lain ketersediaan teknologi digital, akses perangkat digital yang terjangkau, dan literasi digital yang meningkat. Untuk pelayanan publik, ada persyaratan tambahan, yaitu pembenahan birokrasi secara umum dan pengurangan birokrasi yang signifikan dalam arus informasi ke penerima. Dengan kata lain, penulis makalah ini setuju dengan pendapat profesional PR bahwa peran PR digital di pemerintahan telah memperluas daripada mengubah, hubungan yang ada, komunikasi, dan interaksi. Penelitian ini dan penelitian yang dilakukan penulis terdapat perbedaan, perbedaannya ialah penelitian ini lebih mengkaji bagaimana GPR dalam menjadi jembatan untuk PMKS akan masalah kesejateraan sosial sedangkan penelitian yang akan ditulis penulis adalah bagaimana peran GPR akan menjadi sumber informasi agar masyarakat tidak panik dalam menghadapi masa krisis.

Nilai kebaruan dari penelien ini dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah yang sebelumnya hanya mengumpulkan informasi hanya dari salah satu *platform* tetapi di penelitian ini langsung mencari data dari kedua *platform* yaitu Facebook dan Instagram. Penelitian ini meneliti suatu kasus dengan mendalam dengan apa yang terjadi.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui media serta adanya pengaruh (efek) yang ditimbulkan dari proses penyampaian pesan tersebut. Sebagai suatu proses, berlangsungnya komunikasi sangat tergantung pada elemen-elemen dasar pendukungnya yang terdiri dari sumber, pesan, media, penerima, pengaruh atau efek, umpan balik dan lingkungan. Berikut ini diuraikan elemen-elemen dasar komunikasi (Purba, et all. 2021), yang diaplikasikan dalam proses sebagai badan informasi Pemerintah Kabupaten Landak. Menurut Efendi dalam (Purba et all. 2021) proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan sesama manusia kepada manusia lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran sesama manusia kepada manusia lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini; baik tentang hal yang konkret maupun abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang

Proses komunikasi secara sekunder adalah lanjutan dari proses komunikasi primer di mana terdapat alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama dalam penyampaian pesan oleh sesama manusia kepada manusia lainnya. Biasanya penggunaan alat atau sarana ini digunakan sesama manusia dalam melancarkan komunikasi di mana komunikannya berada relatif jauh atau berjumlah banyak. Terdapat beberapa contoh media kedua yang dimaksud yang sering digunakan dalam komunikasi, yaitu telepon, surat, surat kabar, radio, majalah, televisi, dan media sosial. Peranan media sekunder ini dilihat penting

dalam proses komunikasi karena dapat menciptakan efisiensi dalam mencapai komunikasi. Contohnya adalah surat kabar atau televisi di mana media ini dapat mencapai komunikasi dengan jumlah yang sangat banyak dengan hanya menyampaikan sebuah pesan satu kali saja. Tetapi kekurangan dari media sekunder ini adalah keefektifan dan keefisienan penyebaran pesan-pesan yang bersifat persuasif karena kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya tidak diketahui komunikator dan dalam prosesnya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu yang dalam hal ini disebut umpan balik tertunda (*delayed feedback*). Sedangkan media sosial dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia bisa saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktunya.

Menurut (Purba, et al. 2021) elemen kunci komunikasi yakni:

1. Komunikasi adalah proses dua arah, ini melibatkan pengirim dan penerima. Pengirim atau penerima bisa individu atau kelompok.
2. Harus ada pesan, Pesan dapat berupa keterangan, informasi, arahan, dan penyelidikan, perasaan, pendapat, ide, gagasan atau lainnya.
3. Kesamaan pemahaman, komunikasi hanya dapat terjadi jika ada kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima. Kesamaan itu mencakup faktor-faktor seperti budaya umum, bahasa umum dan kesamaan lingkungan hidup. Kata-kata, frasa, idiom, peribahasa, gerakan badan dan ekspresi sangat dalam berbudaya dan memiliki potensi komunikatif yang tinggi bagi manusia-manusia yang sederajat latar belakangnya.
4. Mengubah perilaku individu lain, informasi yang dikirimkan penerima menimbulkan respons dalam bentuk beberapa perubahan dalam perilakunya.
5. Metode pemberian informasi, informasi dapat diberikan melalui kata-kata atau melalui cara lain seperti isyarat-isyarat, ekspresi dan lain-lain.

1.6.2 Informasi Pemerintah

Pemerintahan, baik kementerian, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, bahkan pemerintahan desa diharuskan untuk mengembangkan pemerintahan elektronik (*eGovernment*). *E-Government* mengharuskan pemanfaatan secara maksimal TIK terutama website untuk menyediakan kecepatan dan kemudahan serta lebih efisien untuk mengakses dan untuk menyediakan informasi/layanan kepada publik (Lee, 2012). Lee et al. (2012) menjelaskan,

memberikan pelayanan publik merupakan hal yang paling penting dan diperlukan oleh humas pemerintah, tidak hanya sekedar mengatur strategi komunikasi yang efektif demi mewujudkan misi dari pemerintahan semata. Informasi publik merupakan salah satu aspek kunci untuk akuntabilitas pemerintah, praktisi humas pemerintah perlu membangun komunikasi eksternal dalam menyampaikan informasi publik yang dapat digunakan untuk memajukan kinerja pemerintahan itu sendiri.

Dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat pada pelayanan informasi publik, pemerintah mengandalkan peran dari humas pemerintah. Peran praktisi public relations sebagai fasilitator komunikasi adalah bertindak sebagai perantara dan membantu manajemen dengan menciptakan kesempatan-kesempatan untuk mendengar apa kata publiknya dan menciptakan peluang agar publik mendengar apa yang diharapkan manajemen (Dozier dan Broom, 1995). Peran ini juga menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi komunikasi dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Selain itu bertindak sebagai sumber informasi dan juru komunikasi antara organisasi dan publik. Tujuannya adalah memberi informasi yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama (Cutlip, et al. 2006).

Ruslan juga menyatakan, bahwa aktivitas dari Humas Pemerintah (GPR) adalah sebagai penyebarluas informasi dan mempublikasikan serta mempromosikan berbagai kegiatan yang dijalankan oleh instansi. (dalam Putra & Mulyana, 2020:193). Aktivitas Humas di Pemeritahan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi di era industri 4.0 dan menggunakan sosial media untuk meningkatkan pelayanan publik dan penataan daerah, menjangkau khalayak dan menyebarkan infromasi seluas mungkin dalam waktu singkat sehingga akan membawa citra positif bagi Pemerintah. (Putra & Mulyana, 2020:193). Dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat pada pelayanan informasi publik, pemerintah mengandalkan peran dari humas pemerintah. Menurut Dozier dan Broom (dalam Ruslan, 2011)

Lattimore (2010) menyebutkan empat model Komunikasi Humas yang umum diimplementasikan. Pertama, model press agency (agen pemberitaan); menggambarkan bagaimana informasi bergerak dari organisasi menuju publik secara satu arah. Kedua, model informasi publik; menggambarkan cara Humas bertugas memberitahukan informasi kepada publik. Model ini sering diimplementasikan pada lembaga pemerintahan, organisasi nirlaba, dan pendidikan. Ketiga adalah model asimetris dua arah; memandang Humas yang bersifat persuasif

ilmiah dengan menjadikan hasil riset sebagai tolak ukur penilaian publik. Keempat, model simetris dua arah; menggambarkan orientasi Humas dimana publik dan organisasi saling menyesuaikan diri.

1.6.3 Media Sosial di Pemerintahan

Byod dalam Nasrullah (2015) media sosial merupakan perangkat lunak yang dimana mempermudah seseorang atau kelompok untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta bermain. Nasrullah (2015) juga menyebutkan media sosial sebagai platform media sosial dapat memberi fasilitas individu atau kelompok untuk melakukan aktivitas maupun kolaborasi. Media sosial juga bisa diartikan sebagai fasilitator online yang menghubungkan antara pengguna satu ke pengguna lainnya. Media sosial merupakan sebuah aktivitas dua arah yang bisa berbagi berbagai pertukaran mau itu berbentuk tulisan, gambar, serta suara.

Perkembangan sosial media mengalami perkembangan setiap tahunnya, perkembangannya pun bisa dibidang sangat signifikan. (Puntoadi,2011). Pada tahun 2002 media sosial Friendster menjadi sosial media yang. Setelah itu barulah bermunculan berbagai media sosial seperti MySpace, linkedIn, Twitter, Facebook, Google, Wiser serta Instagram, dan yang terbaru yaitu Tiktok.

Dengan berbagai perkembangan yang telah terjadi di dunia sosial media pemerintah memanfaatkan sosial media sebagai sumber informasinya. Sesuai dengan Instruksi Presiden Nomer 3 Tahun 2003 yang menyebutkan bahwa pemerintah harus bisa menjadi pemerintah yang bersih, transparan serta dapat mengatasi tuntutan. Pemerintah juga mendapatkan sebuah tuntutan yang dimana mereka harus memberikan pelayanan publik yang baik sehingga kebutuhan masyarakat dapat teratasi. Instruksi Presiden juga mengatakan bahwa pemerintah harus melakukan perubahan ke *e – government*, Agar segala layanan publik berjalan dengan maksimal.

E – government berbeda dari sistem informasi yang bergerak dibidang swasta dimana *e – government* tidak mengambil keuntungan di finansial. *E – government* tujuan utamanya sebagai ketersediaan akses informasi untuk masyarakat bukan untuk komersil. Sosiawan (2008) mengutarakan beberapa model yang di implementasikan oleh beberapa negara antara lain;

- a. Fase pertama, hanya tampilan web untuk informasi ke masyarakat
- b. Fase kedua, fase interaksi dengan informasi yang beragam. Fase kedua sudah ada fasilitas *download* dan hubungan dua arah seperti komunikasi *e – mail* dengan pemerintah

- c. Fase ketiga, tahapan yang merupakan tahapan pertukaran berupa aplikasi
- d. Fase keempat, pelayanan koalisi yang dapat menghubungkan pemerintah dengan publik bahkan antar pemerintah.

Media sosial perananan dipemerintahan yaitu sebagai layanan pemerintahan dan tidak hanya di Indonesia sebagian besar pemerintahan dunia telah menjadikannya sebagai sumber informasi. Media sosial dapat memberikan sebuah manfaat dimana ia bisa berperan sebagai pendorong efisiensi dalam pemerintahan, dapat memulihkan kepercayaan masyarakat, dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman, serta bisa sebagai alat untuk komunikasi krisis terutama di pemerintahan dan menjadi media informasi. (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018). Media sosial juga memiliki peran sebagai penjaga serta meningkatkan reputasi dari lembaga dan dapat menggali aspirasi apa saja dari masyarakat, bahkan dapat menjadi sebuah sarana pemerintah untuk dapat dekat dengan publik. Humas juga diharapkan agar bisa mengikuti tempo dari media sosial, media sosial dapat menjadi sebuah wadah dokumentasi online. Mengingat sifat media sosial sangat transparan maka humas dari pemerintah wajib untuk mengetahui apa saja yang patut disampaikan ke publiknya, media sosial yang sifatnya luas maka diperlukan pemahaman untuk menyebarkan informasi agar diterima di listas atau berbagai budaya (Yenni, 2021).

Hadirnya media sosial Instagram sebagai fitur baru ditengah masyarakat dengan menonjolkan visualisasi berbentuk video dan gambar dan dapat mencantumkan *text* singkat untuk melengkapi postingan yang berbentuk vidio ataupun gambar tersebut. Fungsi PR sebagai manajemen strategis untuk pesan, publisitas, dan perantara media (Grunig, 2006) dapat memanfaatkan fitur yang ada di Instagram sebagai wadah yang mendukung terjadinya argumen persuasif di masyarakat yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah.

Facebook juga memiliki fitur unik sebagai sosial media. Sebagai pakar IT, Onno W. Purbo dalam Kompas, 8 Februari 2010, halaman 6, memilih fungsi Facebook untuk dijadikan rekomendasi, yakni:

(1) Pembaruan Status. Fitur update status oleh Facebook memungkinkan kita dapat mengetahui keberadaan atau kondisi teman tanpa adanya komunikasi atau pertemuan tatap muka secara langsung. Facebook memungkinkan kita mengetahui status dari banyak teman pada satu waktu. Selain itu, juga memungkinkan kita untuk mengetahui isu terkini tengah hangat diperbincangkan oleh teman-teman; (2) Menandai foto. Photo tagging adalah fitur Facebook yang memungkinkan kita untuk mengetahui nama orang yang ada di dalam foto. Fitur ini juga

memungkinkan beberapa foto yang memuat kita dikelompokkan sehingga mudah ditemukan. (3) Nama Tampilan Kustom. Saat mendaftar sebagai anggota aktif, Facebook mensyaratkan bahwa nama tersebut mencakup setidaknya dua kata dan itu adalah nama asli. Hal ini berbeda dengan Friendster dimana banyak penggunanya memakai nama lucu atau samaran, mayoritas pengguna (setidaknya teman-teman saya) di Facebook memakai nama asli mereka sebagai nama pengguna. Ini membuatnya mudah untuk berteman; (4) Desain rapi. Facebook menilai desainnya sangat rapi. Pengguna tidak diberikan hak yang berlebihan untuk mengubah tampilan halaman profil (misalnya mengubah gambar latar belakang, font, dll, yang dapat memperumit font, dll); (5) teknologi Ajax. Teknologi Ajax adalah fitur Facebook yang menyediakan pembaruan otomatis bagi bagian tertentu dari halaman tanpa harus menyegarkan atau membuka kembali halaman; (6) Game. Banyak game yang terintegrasi dengan Facebook. Sebagian besar game ini memungkinkan adanya interaksi dengan teman-teman terhubung dalam game ini. Jumlah permainan juga didukung, sehingga setiap orang dapat membuat aplikasi Facebook mereka sendiri; (7) Daftar ulang tahun. Daftar ulang tahun adalah fitur Facebook yang membantu kita mengingatkan teman kita tentang hari ulang tahun; (8) Perlindungan Privasi. Kontrol Privasi adalah fitur Facebook yang memungkinkan kita mengontrol konten apa yang bersifat publik atau hanya untuk orang tertentu; dan (9) fitur "Suka". Fungsi Suka adalah fungsi Facebook untuk mengenali teman kita melalui status atau melalui foto, game, artikel, dan lainnya yang dikirim ke Facebook oleh teman kita.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah proses penelitian yang menciptakan data yang bersifat deskriptif dan berupa kata yang tertulis dan perilaku yang sedang ditelaah (Bogdan & Taylor dalam Moleong, 2012, 4). Penelitian kualitatif memiliki sifat empiris yang berarti, pengamatannya berdasarkan datanya dan pada ungkapan dari subjek penelitian dan telah dikehendaki oleh subjek penelitian. (Moleong, 2012).

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan yang akan digunakan untuk dimintai beberapa informasi serta dijadikan sumber informasi apa yang ingin dibahas. Sumber data penelitian juga merupakan

sebuah subjek data yang telah didapatkan (Suharsimi Arikunto, 2002, 107). Subjek penelitian ini adalah Pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat.

1.7.3 Objek Penelitian

Objek penelitian bisa diartikan sebagai suasana sosial yang mau diketahui apa yang sudah terjadi di dalamnya. Untuk objek penelitian, penelitian bisa mendalami kegiatan khalayak yang ada di tempat tertentu (Sugiyono, 2007). Objek penelitian ini adalah media sosial, Facebook dan Instagram dari Pemkab Landak.

1.7.4 Metode Penelitian

Metodelogi kualitatif dapat dimaknai sebagai ketentuan penelitian dalam menjadikan hasil data dalam bentuk kata yang tertulis ataupun secara lisan dari suatu objek yang dikaji. (Maleong, 2012,4). Penelitian kualitatif dimaknai pula sebagai penelitian yang datanya ditampilkan secara detail. Penelitian kualitatif dikhususkan untuk mengetahui fenomena sosial dari persepektif partisipan. Partisipan merupakan orang yang akan dimintai data dengan melakukan wawancara, observasi dan dimintai pendapat tentang fenomena yang telah terjadi.

1.7.5 Desain Studi Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi mempunyai hubungan dengan pengetahuan tentang bagaimana kehidupan sehari – hari. Penelitian fenomenologi mengupayakan untuk menjelaskan arti dari konsep fenomena yang berdasarkan pengalaman secara sadar pada individu – individu. Fenomenologi biasanya tidak ada batasan untuk dimaknai sehingga bebas untuk dikaji oleh peneliti dalam menganalisis data. Menurut Creswell (1998). Pendekatan fenomenologi adalah bagaimana cara kita menahan dalam menilai sikap yang sedang dialami sampai ditemukannya dasar tertentu. Pendekatan ini biasanya memiliki batasan waktu.

1.7.6 Langkah Langkah Penelitian

a. Pra – Survey

Mengumpulkan data atau informasi yang sesuai dengan judul penelitian. Kegiatan ini berguna untuk ditahap selanjutnya untuk penyusunan outline.

b. Penyusunan Outline

Penyusunan outline adalah tahap dimana menuliskan apa saja rencana penulisan dan berisi garis – garis besar tulisan yang ingin di tulis dan disusun secara logis

c. Penyusunan Usulan Penelitian.

Ini merupakan tahap untuk mengembangkan outline yang telah disusun. Dimana yang sebelumnya outline berisikan garis – garis besar dan di tahap ini garis – garis besar di kembangkan lagi.

d. Seminar

Seminar adalah tahap dimana peneliti menyampaikan apa saja rencana penelitian tugas akhir. Tahap ini dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing.

e. Penelitian Lapangan

Tahap ini dilakukan setelah tahap seminar selesai dan peneliti menyegerakan revisi yang telah didapat oleh dosen penguji. Dalam tahap ini peneliti akan ke lapangan untuk memperoleh informasi terkait tema yang dibahas dan apa saja yang diperlukan.

f. Penyusunan Laporan Hasil Penelitian

Hasil dari informasi yang diperoleh dari penelitian lapangan maka ke tahap selanjutnya menyusun laporan apa yang di dapat dari lapangan dan di kemas dengan bahasa yang mudah untuk dipahami.

1.7.7 Lokasi Penelitian

Akun media sosial dari Pemerintahan Kabupaten Landak yang merupaka objek penelitian ini, peneliti akan mengamati dan menelaah unggahan dari Pemerintahan Kabupaten Landak.

1.7.8 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dihitung setelah surat keterangan keluar sampai batas waktu yang dirasa cukup untuk melakukan penelitian.

1.7.9 Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik yang diterapkan dalam mengumpulkan informasi penelitian terkait tema yang diangkat:

a. Observasi

Dengan mengumpulkan melalui hasil dari pengamatan serta mengamati fenomena yang sedang terjadi. Peneliti mempunyai alasan dalam melakukan observasi yaitu dengan

melakukan observasi peneliti dapat melihat langsung kejadian dan dapat mencatat perilaku yang sebenarnya guna menghindari kerancuan.

b. Telaah Pustaka

Menggunakan karya ilmiah atau karya buku sebagai bahan untuk sumber materi. Hal ini bertujuan untuk kesuksesan penelitian.

1.7.10 Teknik Analisi Data

Untuk berlangsungnya penelitian, penting bagi peneliti untuk menggunakan teknik analisis data, hal itu berguna untuk menjalankan sebuah proses analisis data dengan cara sistematis dan terstruktur, dari awal proses pengumpulan data hingga akhir dengan membuat kesimpulan.

Peneliti akan melakukan observasi akun media sosial, Facebook dan Instagram pemerintahan Kabupaten Landak. Data hasil dari observasi kemudian disusun dengan menggunakan kata – kata yang mudah dipahami. Hasil observasi kemudian dijadikan sebagai dasar atas jawaban rumusan masalah penelitian, yakni “bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media *government public relation* pemerintahan Kabupaten Landak, Kalimantan Barat di Era Pandemi Covid 19?”

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Kabupaten Landak

Kabupaten Landak dulunya adalah wilayah kerjaan yang berdiri sejak tahun 1472 dimana kepemimpinan berada pada Raden Ismahayana dengan gelar “Raja Dipati Karang Tanjung Tua” (1472-1542). Gelar ini kemudian berubah menjadi Albdulkahar semenjak ia menganut agama Islam. Raden Ismahayana merupakan anak tunggal dari pasangan Raden Kesuma Sumantri Indra Ningrat Ratu Angkawijaya Brawijaya VII atau dikenal sebagai “Pulang Palih VII” dan Dara Hitam, seorang putri Dayak.

Pada masa pemerintahannya, kedudukan kerajaan berada di Ningrat Batur, sungai Terap/Mandor. Tempat tersebut kemudian dinamai oleh masyarakat Dayak Kendayan sebagai Ambawang Bator (ambawang berarti peninggalan) yang dikenal hingga saat ini. Pusat pemerintahan kemudian dipindahkan oleh putra Raden Ismahayana ke Munggu yang berada di persimpangan sungai Landai dan Sungai Menyuke. Keberadaannya di tepi sungai Landak menjadikannya disebut dengan Kerajaan Landak. Landak dengan mayoritas penduduk aslinya ialah suku Dayak berasal dari bahasa Belanda yang terdiri atas suku kara “Lan” (pulau) dan “Dak” (dayak).

Sejarawan mencatat kata “Dayak” pada zaman kolonial Belanda ditulis sebagai “Dyak” atau “Dyaker”. Sementara kata “Land” berarti “Tanah”. “Land-Dyak” sebenarnya bermakna “Tanah Dayak” yang kemudian berubah menjadi “Landak”. Menurut “*Staatsblad van Nederlandisch Indie*” tahun 1849, wilayah ini termasuk dalam Wester Afdeeling berdasarkan “*Besluit van den Minister van Staat, Gouverneur-Generaal van Nederlandisch-Indie*”, pada 27 Agustus 1849, No.8.

Berdasarkan “Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1953 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan”, wilayah Kabupaten Landak merupakan bagian Kabupaten Pontianak dengan status wilayah kerja Pembantu Bupati Pontianak Wilayah Ngabang mencakup atas lima kecamatan, yakni Kecamatan Air Besar, Kecamatan Ngabang, Kecamatan Sengah Temila, Kecamatan Menyuke, dan Kecamatan Meranti. Dengan tujuan mengupayakan peningkatan dayaguna dan hasilguna penyelenggaraan pemerintahan, pelayanan masyarakat, peningkatan peran aktff masyarakat, dan pelaksanaan pembangunan, Kabupaten Pontianak mengalami pemekaran menjadi dua kabupaten, yakni

Kabupaten Pontianak dan Kabupaten Landak yang tertuang dalam “Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Pontianak tanggal 30 Maret 1999 Nomor 03 Tahun 1999 tentang Dukungan terhadap Rencana Pembentukan Daerah Kabupaten Pontianak dan Keputusan DPRD Propinsi Daerah Tingkat I Kalimantan Barat tanggal 1 April 1999 Nomor 5 Tahun 1999 tentang Dukungan terhadap Rencana Pembentukan Kabupaten Daerah Tingkat II Landak”. Kecamatan yang ada kemudian ditambah dengan Kecamatan Menjalin, Kecamatan Sebangki, Kecamatan Mandor, Kecamatan Kuala Behe, dan Kecamatan Mempawah Hulu yang disahkan dalam UU Nomor 55 Tahun 1999 tanggal 4 Oktober 1999.

Kepala Daerah otonomi Kabupaten Landak dinamai Bupati, Semenjak dari tahun 1999 Bupati Kabupaten Landak sudah ada 6 Bupati yang menjabat, bupati yang menjabat tersebut antara lain; Drs. H. Agus Salim, M.M. (1999 – 2001), Drs. Cornelis, M.H. (2001 – 2008), Dr. Drs. Adrianus Asia Sidot, M.Si. (2008 – 2016). Ir. Jakius Sinyor, M.T. (2016 – 2017), Karolin Margret Natasa (2017 – 2022), Samuel, S.E., M.Si. (2022 – sekarang).

Kabupaten Landak terdiri atas 13 kecamatan dan 156 desa dengan luas wilayah 8.915,10 km². Jumlah penduduk pada tahun 2017 mencapai 396.072 jiwa dengan sebaran penduduk 44 jiwa/km². Secara geografis, Kabupaten Landak berada di tengah Provinsi Kalimantan Barat dengan luas wilayah 9.909,10 km² atau 6,75% dari luas total Provinsi Kalimantan Barat.



Gambar 2. 1 Peta wilayah Kabupaten Landak (Sumber : Website Pemerintahan Kabupaten Landak)

Kabupaten Landak mempunyai Lambang Daerah untuk berfungsi sebagai tanda identitas Daerah, pemersatu sosial budaya masyarakat daerah dalam Negara Kesatuan

Republik Indonesia. Kabupaten Landak juga mempunyai julukan sebagai Kota Intan, karena Kabupaten Landak juga sebagai penghasil intan



Gambar 2. 2 Lambang Kabupaten Landak (Sumber : Website Pemerintahan Kabupaten Landak)

2.2 Media Center

Media Center merupakan sebuah organisasi yang didirikan khusus untuk mengelola akun media sosial dari Pemerintahan Kabupaten Landak. Media Center dibentuk langsung oleh Bupati Landak yaitu Ibu dr. Karolin Magret Natasa, M.H. pada tahun 2019 awal dan disahkan dalam bentuk Surat Bupati Landak. Media Center merupakan organisasi yang tidak dibawah naungan instansi manapun termasuk Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) tetapi Keberadaan Media Center melekat secara operasional pada Sekretariat Daerah Kabupaten Landak. Media Center mempunyai tugas yang sama dalam membuat berita mengenai kegiatan – kegiatan Kepala Daerah (Bupati). Hal yang membedakan antara Media Center dengan Diskominfo adalah Media Center dibawah naungan langsung Bupati.

Dalam menyebarkan informasi media center terbilang cukup berhasil karena tidak sampai satu tahun media center dapat memperoleh predikat sebagai Badan Publik Informatif untuk kategori pemerintah dan predikat tersebut diberikan langsung oleh Ketua Komisi Informasi Provinsi Kalimantan Barat.



Gambar 2.3 Dokumentasi predikat sebagai Badan Publik Informatif untuk kategori pemerintah (Sumber: Website Media Center Landak, di unggah pada 5 Desember 2019)

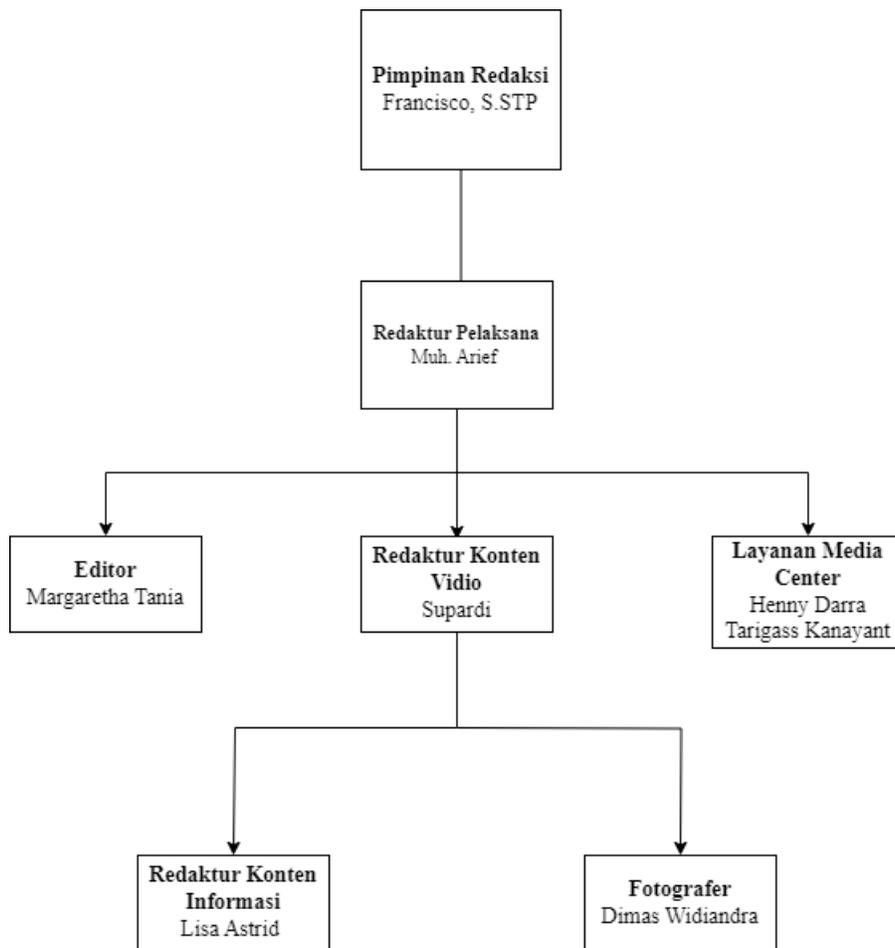
2.3 Visi dan Misi Media Center Kabupaten Landak

Media Center juga memiliki visi dan misi untuk menciptakan satu titik fokus demi menciptakan setiap orang yang bekerja untuk satu tujuan sama. Visi dan misi dari media center juga selaras dari apa yang ingin dicapai oleh media center. Visi dari media center adalah dapat terciptanya pelayanan dan informasi publik yang transparan, tepat, cepat serta mudah dan merata. Kemudian Misi dari media center antara lain;

- a. Memberi pelayanan yang informatif serta menyeluruh lewat media center Pemkab Landak
- b. Memberi Fasilitas dalam pelayanan informasi publik dibidang politik hukum dan keamanan, Ekonomi, Kesehatan, dan berbagai kegiatan.
- c. Memaksimalkan Fungsi dari media online dalam menyebarkan informasi untuk kepentingan publik

2.4 Posisi Anggota Media Center

Media Center memiliki struktur dalam keanggotaanya, berikut struktur dari media center:



Gambar 2. 4 Struktur Media Center Landak (Sumber : Informan Media Center)

Berikut deskripsi kedudukan status pada media center :

- a. **Pimpinan Redaksi:** Pimpinan redaksi bertanggung jawab terhadap isi konten yang di muat di sosial media Pemkab Landak, serta ia juga memberi arahan kepada bawahannya tentang berita yang akan di muat di sosial media. Pimpinan redaksi juga mempunyai hak untuk menentukan berita layak disebarakan di sosial media atau tidak.
- b. **Redaktur Pelaksana:** Redaktur Pelaksana mempunyai tugas untuk mengatur bagaimana kerja tim redaksi setiap hari. Redaktur pelaksana adalah orang yang membuat rencana dalam penerbitan konten di sosial media.
- c. **Editor:** Bertanggung jawab mengkoreksi segala tata bahasa, serta ciri khas konten sosial media Pemkab Landak.

- d. Redaktur Konten Vidio: Membuat Vidio yang telah dikumpulkan oleh jurnalis atau redaktur konten informasi, serta mengumpulkan vidio dan foto yang telah diambil oleh fotografer
- e. Layanan Media Center: Memberikan pelayanan dan memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan melalui *Contact Person* yang telah tertera di web dan sosial media yang dimiliki Pemkab Landak.
- f. Redaktur Konten Informasi: Mengumpulkan berita dilapangan, seperti bertemu narasumber, menghadiri konferensi pers.
- g. Fotografer: Mengambil gambar serta vidio untuk bahan konten yang akan ditayangkan.

2.5 Logo Media Center Kabupaten Landak

Media Center Kabupaten Landak juga mempunyai sebuah logo dalam organisasinya. Logo tersebut di berbentuk huruf MC yang mempunyai akronim yaitu Media Center. Logo tersebut berwarna merah karna masyarakat dari Kabupaten Landak memiliki suku yang mayoritas Suku Dayak. Suku Dayak identik dengan berwarna merah dan hitam, selain itu warna merah juga memiliki arti semangat sehingga media center diharapkan untuk tetap semangat dalam memberikan informasi – informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Landak. Sedangkan warna hitam dituliskan tidak memiliki arti apa – apa.



Gambar 2. 5 Logo Media Center Kabupaten Landak (Sumber : Website Media Center)

BAB III

TEMUAN PENULISAN

Dalam upaya Pemerintah Landak untuk menjadikan sosial media sebagai alat untuk melakukan kegiatan dalam membagikan informasi. Untuk melakukan upaya tersebut tentu memiliki beberapa hal terkait dengan pembentukan konten, sosial media yang digunakan, bentuk konten apa saja yang digunakan dan sebagainya. Pada Bab ini penulis melakukan proses wawancara untuk mendapatkan hasil terkait dengan beberapa hal yang menjadi tantangan dalam upaya penggunaan sosial media untuk kegiatan membagikan informasi kepada masyarakat.

Penulis melakukan wawancara terhadap 5 (lima) narasumber. Diantaranya ada 3 narasumber dari tim Media Center selaku Humas Pemerintah Landak dan pengelola akun sosial media dari Pemkab Landak, kemudian penulis juga melakukan wawancara kepada 2 narasumber yang merupakan Masyarakat dari Kabupaten Landak yang menjadi target sasaran dari Pemerintah Kabupaten Landak. Proses wawancara dilakukan pada tanggal 27 Februari 2023 sampai tanggal 1 Maret 2023, pengambilan data diambil di Kabupaten Landak.

Tabel 3. 1 Tabel Narasumber

No	Nama Narasumber	Jabatan
1.	Francisco, S.STP	Pimpinan Redaksi
2.	Muh Arief	Redaktur Pelaksana
3.	Margaretha Tania	Editor

Tabel 3. 2 Tabel Narasumber

No	Nama Narasumber	Jabatan
1.	Muhammad Ridwan	Masyarakat Landak
2.	Yohanes Handrianus Laka	Masyarakat Landak

Sosial media sekarang menjadi alternatif dalam berbagai bidang terutama dalam menyebarkan informasi, serta dapat membuat citra positif publik di organisasi, perusahaan dan pemerintahan. Maka sekarang berbagai instansi terutama di pemerintahan memanfaatkan sosial media untuk menyebarkan informasi serta dapat membentuk wajah yang baik terhadap publiknya terutama di pemerintahan. Hal itu juga dimanfaatkan di instansi pemerintahan yang berada di sebuah Kabupaten di wilayah Kalimantan Barat yaitu Kabupaten Landak. Pemerintahan

Kabupaten Landak kini memanfaatkan sosial media Instagram dan Facebook dalam membagikan informasi serta membagikan kegiatan – kegiatan pemimpin (Bupati).

Pemerintahan Kabupaten Landak (Pemkab Landak) memanfaatkan sosial media kemudian dikelola oleh sebuah tim yang bernama Media Center. Media Center sebagai tim yang mengelola media sosial dari Pemkab Landak menangani beberapa hal yaitu menyebarkan informasi – informasi, serta menjaga citra positif pemerintahan. Oleh sebab itu, bab ini akan memuat penjelasan dan pembahasan temuan data yang yang sebelumnya telah di peroleh dari objek penelitian terkait bagaimana media center melakukan *Government Public Relation* menggunakan sosial media Instagram dan Facebook kepada publik atau masyarakatnya. Hal itu akan di jelaskan seperti beberapa point dibawah ini:

3.1 Media Sosial yang Digunakan Oleh Pemkab Landak

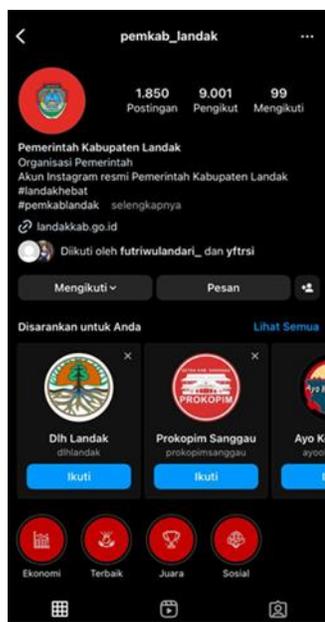
Public Relation (Humas) dapat memberi informasi yang langsung serta dapat bersifat mengajak untuk publiknya supaya dapat merubah suatu persepsi dan tingkah laku yang dituju untuk melakukan sebuah pembaharuan sikap dari publik yang dituju (Danandjaja, 2011). *Public relation* sendiri merupakan pekerjaan yang mencari kepercayaan publiknya, yang mendasari kehidupan. Berdasarkan pengertian diatas *Public Relation* harus mampu memberi informasi – informasi yang bisa dijamin validasinya serta berguna untuk masyarakatnya. Hal itu menandakan bahwa *Public Relation* adalah sumber daya yang dimiliki instansi Pemerintah atau swasta untuk media dalam penyebaran informasi bagi publiknya.

Public Relation adalah bidang yang penting untuk dimiliki di instansi terutama di pemerintahan. Semua instansi pemerintahan sekarang telah memiliki praktisi *Public Relation* dengan berbagai macam cara kejaran untuk menyebarkan informasi kepada publiknya. Kini *Public Relation* telah bisa menjalankan fungsi media sosial sebagai wadah penyebaran informasi kepada publiknya, di Kalimantan Barat sendiri telah banyak instansi pemerintahan yang menjalankan media sosial sebagai media untuk menyebarkan informasi untuk publiknya. Seperti itu pula yang didapatkan peneliti di Kabupaten Landak. Kabupaten Landak sendiri memanfaatkan beberapa sosial media yang ada ditengah – tengah masyarakat. Media sosial yang dimanfaatkan oleh Pemerintah Kabupaten Landak (Pemkab Landak) yaitu Instagram dan Facebook. Berikut adalah halaman media sosial yang dimanfaatkan oleh Pemkab Landak untuk menyebarkan informasi kepada publiknya

3.1.1 Instagram

Sosial media Instagram dimiliki oleh Meta Platforms, perusahaan Amerika yang menyediakan layanan jejaring sosial berupa foto dan video. Pengguna aplikasi dimungkinkan untuk mengunggah objek dalam tangkapan kamera yang bisa diedit dengan filter ataupun menambahkan tagar serta penandaan geografis. Unggahan tersebut akan dipublikasikan kepada pengikut yang sudah disetujui pengguna. Instagram juga memungkinkan penggunanya menelusuri konten sesama pengguna berdasarkan tag dan lokasi, konten yang hangat diperbincangkan, mengikuti, dan menyukai konten pengguna lain.

Pemkab Landak memanfaatkan aplikasi sosial media ini dalam upaya kegiatan GPR. Akun sosial media Instagram Kabupaten Landak telah memiliki 9 ribu pengikut dan memiliki 1850 postingan konten yang dibagikan. Akun media sosial ini memiliki pengikut kedua terbanyak di sosial media yang digunakan oleh Pemkab Landak. Akun media sosial ini berisi unggahan konten video dan foto untuk informasi terhadap masyarakatnya.



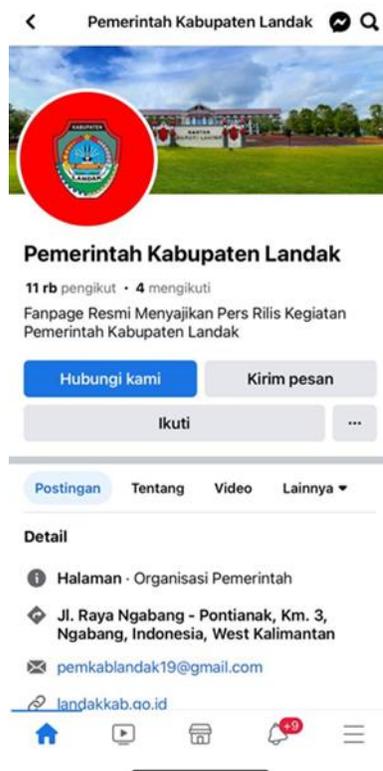
Gambar 3. 1 Media sosial Instagram Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Media Sosial Pemkab Instagram Pemkab Landak)

3.1.2 Facebook

Facebook adalah media sosial dengan kepemilikan Meta Platforms. Masyarakat dapat mengakses Facebook dari perangkat yang terkoneksi dengan internet, seperti laptop, komputer,

dan ponsel pintar. Sesudah menyelesaikan pendaftaran, pengguna diharuskan membuat profil dan mengisi informasi mengenai diri mereka. Pengguna berhak mengunggah teks, foto, ataupun konten lainnya yang dapat diakses oleh pengguna lain. Facebook juga memungkinkan penggunanya bergabung ke dalam grup dengan minat yang sama, berinteraksi secara langsung antar sesama pengguna melalui *Facebook Messenger*, dan mendapatkan notifikasi mengenai aktivitas teman dan halaman yang diikuti teman.

Pemerintah Kabupaten Landak juga memanfaatkan sosial media ini dalam menyebarkan informasi kepada publinya. Sosial media Facebook dari Pemkab Landak telah memiliki lebih dari 11 ribu pengikut. Sosial media Facebook merupakan media sosial paling aktif efektif dalam penyebaran informasi karena memiliki paling banyak pengikut dibanding dari sosial media lainnya yang dimiliki oleh Pemkab Landak selain itu masyarakat Kabupaten Landak aktif memberikan tanggapan di akun media sosial Facebook milik Pemkab Landak. (data diambil pada 2022)



Gambar 3. 2 Media sosial Facebook Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Media Sosial Pemkab Facebook Pemkab Landak)

3.1.3 Twitter

Twitter, yang kini berubah nama menjadi X merupakan layanan jejaring sosial dengan kepemilikan perusahaan Amerika Serikat, X Corp. Pengguna Twitter dapat mengunggah gambar, video, maupun teks yang dikenal dengan kicauan (tweet). Pengguna terdaftar dapat *men-tweet*, *like*, *"retweet"* *tweet*, dan mengirim pesan langsung (DM) ke pengguna terdaftar lainnya.

Pemkab Landak juga aktif menggunakan aplikasi x untuk menjadi sumber informasi dalam melakukan kegiatan GPR. Akun sosial media ini memiliki 1.606 postingan berisi alamat web *press release* yang telah ditulis di web dari Media Center. Akun media sosial ini hanya memiliki pengikut yang terbilang sedikit dari akun media sosial lainya yang dimiliki Pemkab Landak hanya berjumlah 362 pengikut saja. (data diambil pada 2022)



Gambar 3. 3 Media sosial Twitter Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Media Sosial Pemkab Twitter Pemkab Landak)

3.1.4 Youtube

YouTube memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah ataupun menonton berbagai kumpulan video. Konten Youtube sebagai besar diunggah oleh individu, walaupun beberapa perusahaan media seperti BBC, CBS, Hulu, Vero, dan organisasi lainnya telah mengunggah

material sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Selain itu Instansi pemerintah juga telah aktif untuk mengunggah aplikasi ini untuk berbagi informasi terkait instansinya. Pemkab Landak juga merupakan Instansi Pemerintah yang memanfaatkan aplikasi ini untuk kegiatannya. Lebih dari 4 ribu *subscriber* telah dimiliki oleh akun media sosial dari Youtube Pemkab Landak dan memiliki 387 konten video yang telah di publikasi di aplikasi tersebut. Konten Youtube dari Pemkab Landak hanya berisi video informasi dan ucapan – ucapan hari besar dari Bupati (data diambil pada 2022)



Gambar 3. 4 Media sosial Youtube Pemkab Landak (Sumber: *Screenshot* Media Sosial Pemkab Youtube Pemkab Landak)

Dalam menjadi wadah untuk masyarakat memperoleh informasi, Pemkab Landak memanfaatkan beberapa sosial media untuk mereka membagikan informasi – informasi yang dibutuhkan oleh publiknya. Penggunaan media sosial untuk membagikan informasi membuat Pemkab Landak lebih mudah untuk membagikan informasi yang diperlukan masyarakat. Informasi yang dibagikan oleh Pemkab Landak adalah terkait dengan kegiatan pimpinan dan informasi – informasi terkait covid – 19 untuk memberi pengetahuan perihal wabah yang terjadi di Indonesia.

“Kita menggunakan semua sosial media untuk menjadi media dalam menyebarkan informasi, mengingat sekarang kemajuan teknologi harus kita ikuti agar memudahkan kita dan juga memudahkan masyarakat untuk menerima informasi yang kita berikan....” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).

Pemkab Landak sendiri berharap dalam mereka menjadi sumber informasi melalui media sosial dapat memberikan manfaat untuk masyarakat Landak dalam menambah wawasan terkait perkembangan pembangunan dan pengetahuan mengenai wabah yang telah terjadi di Indonesia khususnya terdampak juga bagi masyarakat Landak. Selain itu Pemkab Landak juga konsisten dalam membagikan kegiatan pimpinan (bupati) dalam melakukan kegiatan atau melakukan kebijakan yang telah disusun oleh pimpinan agar dapat selalu transparan terhadap masyarakat Kabupaten Landak.

“Kami berharap konten – konten yang kami berikan dapat memberi edukasi dan pengetahuan terhadap masyarakat dari Ngabang dan sekitarnya, sebab pengetahuan masyarakat kami apalagi perihal covid – 19 kemarin terbilang kurang, maka dari itu kami berharap konten – konten kami menjadi manfaat untuk masyarakat sekitar Kabupaten Landak” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).

“Kami juga berusaha selalu membagikan konten – konten yang pemerintah lakukan untuk masyarakat agar masyarakat bisa melihat kinerja pemerintah dan lebih transparan le[ada masyarakat”(Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).

Media sosial Instagram dan Facebook merupakan aplikasi yang paling efektif dalam membagikan informasi atau melakukan kegiatan GPR sebab kedua aplikasi tersebut memiliki pengikut yang paling banyak diantara sosial media lainnya yang dimiliki oleh Pemkab Landak. Kedua konten dari akun media sosial itu juga aktif di tanggapi oleh masyarakat Landak yang menjadi sasaran untuk penyebaran informasi – informasi yang dibagikan. Oleh sebab itu penulis hanya berfokus untuk memperoleh data terkait kedua aplikasi sosial media tersebut.

“..... media sosial paling efektif dan sering di tanggapi kontennya yaitu media sosial Facebook dan Instagram. Pengikutnya juga paling banyak” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).

3.2 Bentuk Konten Media Sosial Pemkab Landak

Media Center Kabupaten Landak menjadi pengelola aktif untuk media sosial Instagram dalam membagikan informasi terutama pada masa covid – 19. Ditengah pandemi melanda

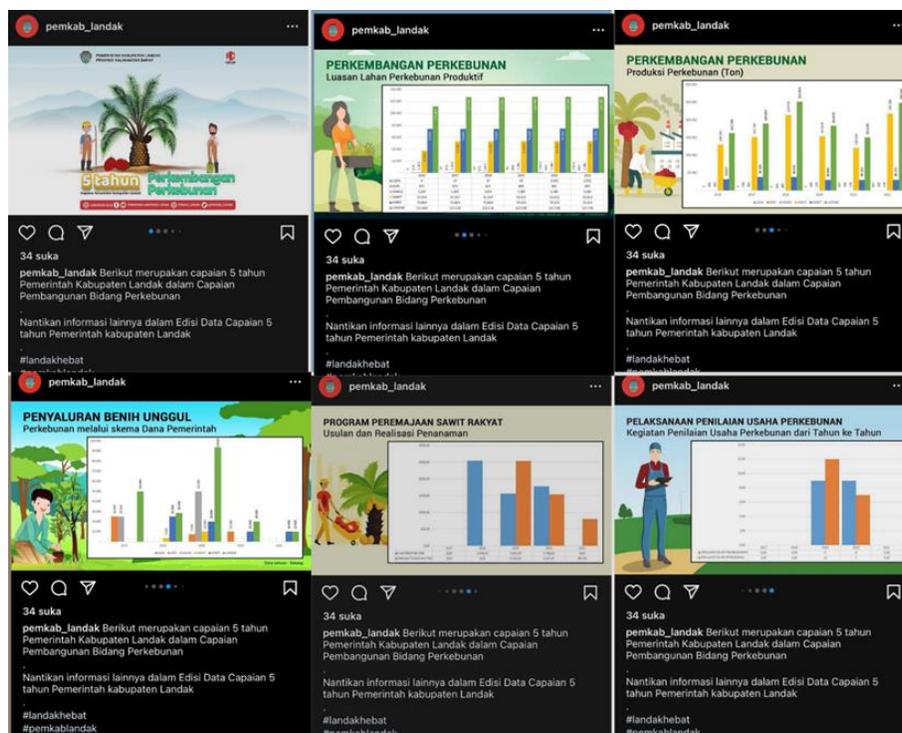
tentunya konten – konten yang informatif tentu menjadi efektif untuk menghindari atau mengurangi kepanikan melanda. Memanfaatkan konten foto dan video sebagai alat utama untuk membagikan informasi di media sosial Instagram menjadi fokus media center Pemkab Landak.

3.2.1 Konten Carousel

Dilansir dari situs Ginee.com, terdapat 2 jenis fitur carousel yaitu carousel post dan carousel ads. Carousel post biasanya digunakan untuk melaporkan suatu peristiwa, menyampaikan pesan, atau membuat presentasi produk dengan menambahkan keterangan hingga 10 gambar dalam satu unggahan. 9 Media online saat ini menggunakan jenis carousel post untuk mengunggah suatu berita. Seiring berkembangnya waktu, muncul perubahan dalam praktik jurnalisme. Pemanfaatan media sosial dengan beragam fiturnya mulai digunakan oleh berbagai akun media pemberitaan untuk menyebarkan berita. Satu di antara media sosial yang banyak digunakan ialah Instagram dengan fitur carousel. Akun media mulai mengunggah berita ditambah dengan visualisasi didalamnya untuk menarik perhatian pembaca.

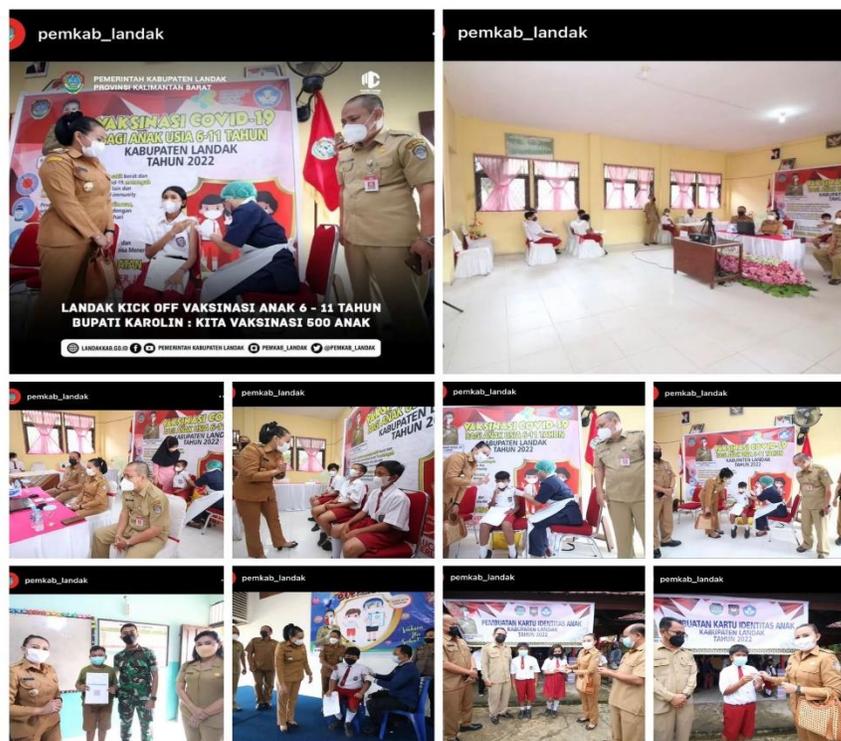
Akun media sosial Pemkab Landak sering sekali menggunakan fitur carousel, hampir seluruh postingan media sosial Pemkab Landak menggunakan fitur ini. Dalam menggunakan fitur ini Pemkab Landak membagikan konten dalam berbentuk *microblogging* atau berbentuk foto pimpinan dalam melakukan kegiatan. Foto kegiatan biasanya berbentuk foto pimpinan sedang melakukan kegiatan yang telah kebijakan yang sebelumnya telah dirancang untuk diselesaikan, sedangkan berbentuk *microblogging* biasanya berbentuk pesan singkat yang memberikan informasi untuk masyarakat.

“Biasanya Media Center membagikan konten – konten berbentuk slide – slide dan terdiri dari beberapa foto. Sekarangkan Instagram sudah bisa membagikan satu postingan bisa ada beberapa foto kalo Facebook ya emang sudah lama bisa. Untuk foto biasanya di foto paling depan kami sertakan judul topic yang sedang dibahas di konten tersebut..... (Wawancara Margaretha Tania, Editor Media Center pada 27 Februari 2023).



Gambar 3. 5 Konten Carousel berbentuk microblogging di Instagram @Pemkab_landak (Sumber: Postingan Instagram Pemkab Landak, di unggah pada 12 April 2022)

Pemerintah Kabupaten Landak membagikan kinerja pemerintah dalam pembangunan di bidang perkebunan menggunakan fitur *carousel* di Instagram berbentuk *microblogging*. Dalam postingan tersebut dibagikan beberapa informasi seperti; pelaksanaan penilaian usaha perkebunan dari tahun ke tahun, program peremajaan sawit rakyat, penyaluran benih unggul, hingga perkembangan perkebunan. Postingan tersebut terdapat 6 slide dan slide pertama diawali dengan judul dari postingan tersebut.



Gambar 3. 6 Konten Carousel Foto Kegiatan Bupati (Sumber : Postingan Instagram Pemkab Landak, di unggah pada 23 Januari 2022)

Dalam unggahan tersebut memiliki 10 *slide* dan di *slide* pertama berisikan judul dari isi konten tersebut Pemkab Landak membagikan kegiatan bupati dalam melakukan pelaksanaan vaksinasi dan bersinergi bersama Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Landak. Peluncuran vaksinasi COVID-19 ini dilaksanakan di SDN 10 Ngabang yang ditujukan bagi anak Sekolah Dasar (SD) dengan usia 6 – 11 tahun. Di postingan tersebut Bupati Landak Karolin Margret Natasa menyebutkan dalam kegiatan ini diluncurkan vaksin COVID-19 sebanyak 500 dosis dengan target 42.189 anak se-Kalimantan Barat harus tervaksinasi. Mengacu pada data KPCPen COVID-19 Kabupaten Landak, tercatat pelaksanaan untuk tower satu oleh FASYANKES telah mencapai 71,04%, lansia 56,43%, dan berdasarkan NIK masyarakat Kabupaten Landak atau tower dua mencapai 84,57% tervaksinasi dengan 58,10% lansia.

3.2.2 Single Post

Single post merupakan pengguna dimungkinkan untuk mengunggah gambar ke aplikasi Instagram dan dibagikan ke pengikut. Instagram menyarankan pengunggahan gambar memiliki kualitas terbaik (hingga 1080 pixel). Dalam postingan media sosial Pemkab Landak ada juga yang

tidak menggunakan fitur carousel dan hanya menggunakan *single post*. Dalam menggunakan *single post* Pemkab Landak hanya membagikan konten yang isinya hanya untuk ucapan selamat untuk hari besar, memperingati dalam pelaksanaan ritual adat, ucapan selamat untuk beberapa pejabat dalam kenaikan pangkat, ucapan untuk ulang tahun instansi pemerintahan serta ucapan belasungkawa untuk tokoh di pemerintahan.



Gambar 3. 7 Single Post di Sosial Media Pemkab Landak (Sumber : Postingan Sosial Media Instagram, di unggah pada 1 Mei 2022)

“....untuk yang tidak menggunakan slide – slide biasanya hanya untuk ucapan – ucapan hari besar, peringatan untuk melakukan ritual adat, ucapan selamat ulang tahun untuk Instansi Pemerintahan, dan ucapan belasungkawa”.(Wawancara, Margaretha Tania Editor Media Center pada 27 Februari 2023).

3.2.3 Video

Selain melalui postingan konten carousel dan *single post* akun media Pemkab Landak juga menggunakan video untuk membagikan informasi atau mengajak masyarakat untuk mendukung kebijakan. Video yang diunggah berupa film pendek yang dibagikan di akun media sosial Facebook serta video reels di akun media sosial Instagram. Sedangkan Live atau siaran langsung

juga digunakan oleh Pemkab Landak dalam membagikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan atau kegiatan Adat yang ada di Kabupaten Landak.

Video Post yang merupakan suatu fitur yang merekam, menyimpan, dan menampilkan suatu program, film, gambar bergerak, ataupun media visual lainnya beserta audio atau tanpa audio kemudian di posting di akun media sosial. Pemkab Landak juga memanfaatkan teknologi tersebut untuk membagikan konten yang berisi suatu hal informatif atau edukatif di postingan akun media sosialnya. Sosial media dari Pemkab Landak sering sekali membagikan postingan – postingan video mau itu berbentuk film pendek ataupun vlog dalam akun media sosial yang dimiliki dari Pemkab Landak

“Kami membagikan beberapa video di sosial media dan terbilang cukup aktif dalam membagikan konten – konten video biasanya berisi konten informatif berupa film pendek atau vlog dari pimpinan perihal topik apa yang dibicarakan. Konten video panjang kami upload di akun media sosial Facebook kami sedangkan video singkat atau yang kita kenal reels sekarang ada di akun media sosial Instagram kami” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).



Gambar 3. 8 Video di Facebook Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Facebook Pemkab Landak, di unggah 29 Agustus 2019)

Di unggah video tersebut berupa film pendek yang menjelaskan bahwa ketersediaan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dalam menjalankan komitmennya untuk membantu masyarakat ketika diperlukan. Postingan berdurasi 4.20 menit dan telah di tayangkan sekitar 5,9 ribu dan dibagikan 72 kali. Video tersebut diharapkan bahwa masyarakat tidak ragu untuk pergi ke rumah sakit jika membutuhkan.

Reels Instagram merupakan fitur yang menyediakan layanan pembuatan video dengan pilihan efek, audio, dan tools kreatif lainnya dengan durasi singkat selama 15 detik. Bahkan, pengguna juga dapat merekam atau menggabungkan beberapa cuplikan video sehingga menjadi satu kesatuan. Definisi secara tidak langsung memberikan penjelasan yang sama antara reels Instagram dengan TikTok, dimana terdapat banyak kemiripan dalam penggunaan toolsnya. Video-video reels Instagram bisa diakses pada ikon reels yang berada pada bagian bawah halaman beranda ataupun pada halaman Explore. Pemkab Landak juga memanfaatkan fitur itu untuk membagikan konten – konten yang disampaikan kepada masyarakatnya. Pemkab Landak biasanya membagikan konten reels berisi ucapan selamat untuk hari besar, video ajakan untuk melakukan pembangunan dan ajakan untuk melapor pajak.



Gambar 3. 9 Video reels Instagram Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Instagram Pemkab Landak, di unggah pada 6 Maret 2021)

Video Reel tersebut mengajak masyarakat untuk yang memiliki Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk melapor Surat Pemberitahuan (SPT) menggunakan e – filling. Pada masa covid – 19 diharapkan untuk membatasi diri guna mengurangi penyebaran covid – 19 oleh sebab itu Bupati menghimbau untuk malaporkan SPT tanpa bertemu dengan orang maka bisa dengan menggunakan e – filling. Postingan tersebut berdurasi 1 menit 13 detik dan di unggah pada 6 Maret 2021 lalu.

Media Center juga memanfaatkan fitur siaran langsung di akun sosial medianya untuk berinteraksi. Siaran langsung merupakan video yang disiarkan secara langsung di akun sosial

media seperti di instagram, facebook dan aplikasi lainnya. Saat melakukan siaran langsung, kita dapat berinteraksi dengan pengikut secara langsung. Dengan Siaran Langsung kita dapat memberikan konten bermanfaat kepada pemirsa dan memulai percakapan yang dapat membantu kita makin sering menjalin komunikasi yang baik.

Siaran langsung juga bisa disimpan di postingan akun media sosial agar pengikut dari akun media sosial yang tidak ikut bergabung di siaran langsung tersebut juga dapat menyaksikan video yang disiarkan secara langsung tersebut. Media Center dari Pemkab Landak juga menyimpan siaran langsung di postingan akun media sosialnya agar masyarakat Landak yang tidak dapat bergabung pada saat siaran langsung ditayangkan dapat menikmati konten yang dibagikannya.

“Pemkab Landak sering melakukan siaran langsung, biasanya dalam event – event tertentu seperti upacara, kegiatan adat. Terutama pada masa corona kemarin kita sering melakukan siaran langsung sebab kalo kegiatan adat biasanyakan rame jadi kita menghindari itu” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).



Gambar 3. 10 Video Siaran Langsung Facebook Pemkab Landak (Sumber: *Screenshoot* Facebook Pemkab Landak, di unggah pada 27 April 2019)

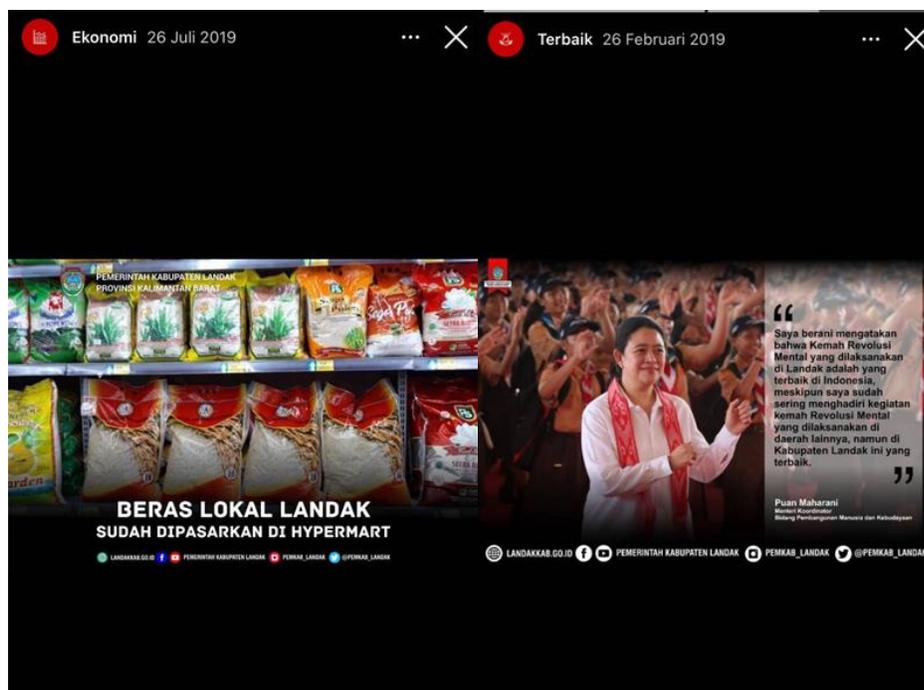
3.2.4 Story

Instagram *stories* merupakan fitur yang terdapat di sosial media Instagram yang membuat penggunaanya bisa membagikan foto, vidio dan dilengkapi dengan tools seperti tulisan efek audio dan GIF. Stories hanya berdurasi 24 jam dan setelah itu dapat menghilang secara otomatis. Fitur

stories juga dapat digunakan untuk sebagai media interaksi dengan pengikut adalah *mention, add yours, questions, music, poll, quiz, countdown, scheduled* dan *link*.

Konten yang telah diunggah di *stories* yang hanya dapat dilihat selama 24 jam bisa dikumpulkan dalam *Highlights* sehingga bisa dilihat selama mungkin tanpa batas waktu. Tim dari media center menggumpulkan stories ke bentuk *Highlights* berdasarkan tema seperti contoh dibawah ini

“Stories di Instagram dan Facebook kami juga pernah melakukan itu kalo di Instagram sudah kami Highlights agar masyarakat tidak hanya untuk 24 jam dan bisa melihat itu lebih lama, kami membuat stories biasanya hanya untuk postingan baru dan yang kami Highlights itu tidak ada di postingan tetapi yang tidak di HighLights itu ada di postingan kami” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).



Gambar 3. 11 Foto Instagram Stories Pemkab Landak (Sumber: Instagram Pemkab Landak, di unggah pada 26 Juli 2019 dan 26 Februari 2019)

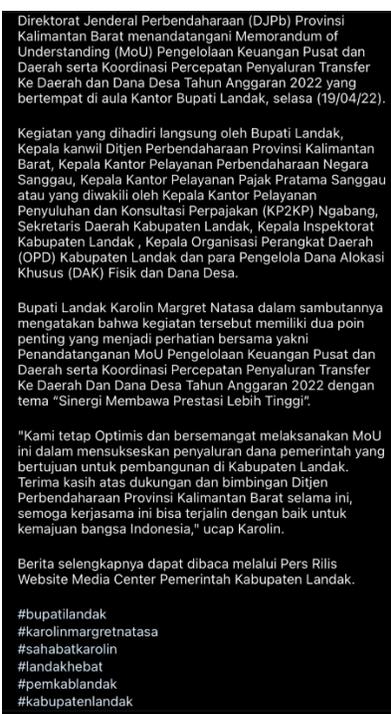
3.3 Hastag

Hastag ditandai dengan tanda pagar (#) pada bagian depan suatu kata yang dieja tanpa spasi. Contohnya, #WriteYourOwnNormal atau #Glints. Hashtag ini mencakup komunikasi publik dari seluruh pengguna dalam satu aliran. Postingan dengan hashtag tersebut harus bersifat publik agar bisa tampil penelusuran siapa saja. Apabila pengguna sosial media yang tidak saling terhubung

memakai hashtag yang sama maka postingan yang memiliki Hastag itu akan muncul di kumpulan yang sama.

Akun sosial media dari Pemkab Landak juga memberikan Hastag di postingannya untuk memudahkan masyarakat dalam mencari berita terkait dengan kegiatan pimpinan serta informasi – informasi yang di berikan Pemkab Landak kepada masyarakatnya. Pemkab Landak selalu memberi Hastag pada semua sosial mediana, Hastag tersebut antara lain #landakhebat, #pemkablandak, #kabupatenlandak. Untuk beberapa sosial media Desa – Desa yang ada di wilayah Kabupaten Landak juga menggunakan Hastag serupa untuk di berbagai sosial mediana.

“Hastag kami juga punya, bisa diliat di bio Instagram kami ada beberapa hastag antara lain #landakhebat, #kabupatenlandak, dan #pemkablandak. Kalau mencari di kolom pencarian dengan menggunakan 3 hastag tersebut pasti akan muncul postingan – postingan kami yang kami bagikan. Sekarang beberapa akun juga memakai hastag itu untuk postingan mereka sebab sekarang udah banyak sosial media yang memberikan informasi – informasi tentang Landak terutama untuk daerah Ngabang” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).



Gambar 3. 12 Postingan yang memiliki hastag dari akun media sosial Pemkab Landak (Sumber : *Screenshoot* intagram Pemkab Landak, di unggah pada 25 April 2022)

3.4 Jenis Konten yang Dibagikan Pemkab Landak

Sebagai agen pemberitaan tentu Pemkab Landak membagikan berita – berita yang dibutuhkan oleh masyarakatnya di sosial mediana. Pemkab Landak membagikan berita – berita yang terkait dengan kegiatan pimpinan (Bupati), informasi terkait pandemi Covid – 19, informasi terkait dengan hasil program Pemerintah Kabupaten Landak, informasi perihal kebutuhan pokok harian masyarakat Kabupaten Landak, serta postingan mengajak untuk masyarakat turut membantu dalam melakukan progja yang telah dilakukan oleh Pemerintah.

3.4.1 Kegiatan Pimpinan

Akun sosial media dari Pemkab Landak membagikan informasi terkait kegiatan – kegiatan pimpinan seperti kegiatan pemerintah melakukan kunjungan, peninjauan ulang pembangunan yang dilakukan Pemerintah Daerah, dan juga melakukan peresmian kegiatan. Semua konten perihal kegiatan pimpinan dibagikan oleh akun media sosial dari Pemkab Landak agar masyarakat dapat melihat apa saja yang Pemkab Landak telah lakukan dan dapat transparan terhadap masyarakatnya. Postingan terkait kegiatan pimpinan merupakan konten yang paling sering dibagikan oleh akun media sosial Pemkab Landak.



Gambar 3. 13 Postingan Kegiatan Bupati Kab Landak (Sumber: Sosial Media Instagram Pemkab Landak, di unggah pada 16 Mei 2022

3.4.2 Informasi pada Pandemi Covid – 19

Pada masa Covid – 19 akun sosial media dari Pemkab Landak kerap membagikan informasi terkait pandemi Covid – 19 untuk mencegah kepanikan masyarakat serta untuk mengurangi masyarakat yang terpapar Covid – 19. Pemerintah Kabupaten Landak kerap juga membagikan informasi untuk pencegahan Covid – 19 serta juga membagikan titik vaksin yang tersedia guna membantu masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui dimana saja titik vaksin yang tersedia. Pemkab Landak juga memperoleh capaian seperti penanganan COVID-19 ini, yakni mempercepat akses bagi masyarakat untuk mendapatkan layanan vaksinasi. Karolin, Bupati Kabupaten Landak menyebutkan total target vaksinasi sebanyak 282.111 orang, dengan dosis pertama tercapai 69.124 orang tervaksinasi dan 36.050 orang pada dosis kedua.

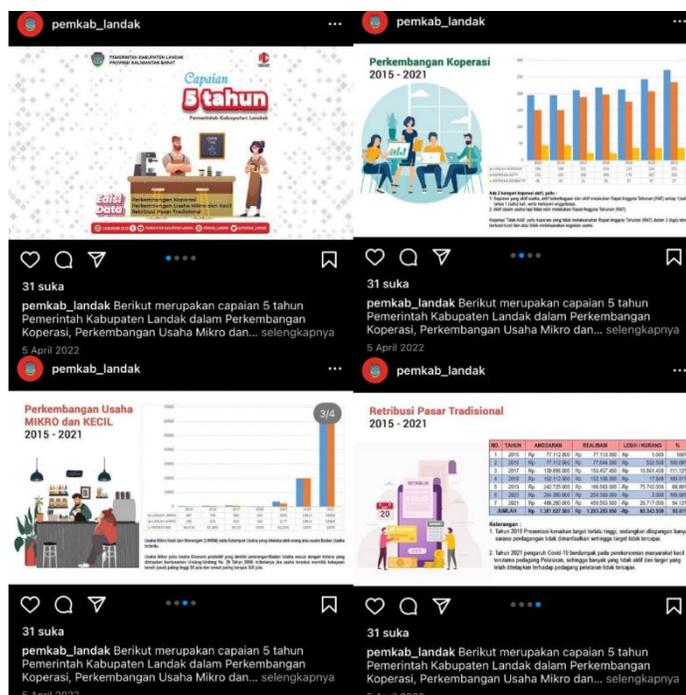


Gambar 3. 14 Postingan Informasi Terkait Covid – 19 (Sumber: Sosial Media Pemkab Landak, di unggah pada 23 September 2021)

3.4.3 Hasil Program Pemerintah Kabupaten Landak

Pemkab Landak mengupayakan dalam mewujudkan transparansi terhadap masyarakatnya. Di postingan akun media sosial Pemkab Landak juga membagikan beberapa hasil program yang telah di selesaikan oleh Pemkab landak. Postingan ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan publik terhadap Pemerintah dalam melakukan tugasnya. Hasil program pemerintah yang dibagikan

oleh akun sosial media dari Pemkab Landak meliputi beberapa bidang seperti dibidang: pembangunan sumber daya, pertanian, pendidikan, perkembangan kopراسи, serta pengurangan penyebaran covid -19.



Gambar 3. 15 Postingan hasil program pemerintah selama menjabat (Sumber: Sosial media Instagram Pemkab Landak, di unggah 5 April 2022)

3.4.4 Informasi Kebutuhan sehari – hari

Informasi penting perihal kebutuhan sehari – hari seperti ketersediaan bahan pangan atau sembako juga dibagikan di berbagai akun sosial media dari Pemkab Landak. Postingan ini dapat memudahkan masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan sehari – harinya. Pemerintah kerap turun langsung untuk memastikan ketersediaan bahan pangan untuk masyarakat Kabupaten Landak.



Gambar 3. 16 Postingan Terkait Informasi Ketersediaan Kebutuhan Sehari – Hari (Sumber: Media Sosial Instagram Pemkab Landak, di Unggah 19 Desember 2021)

3.4.5 Ajakan Dalam Membantu Program Pemerintah

Untuk dapat memudahkan dalam melakukan kegiatan pembangunan Pemerintah harus bersinergi dengan masyarakat. Sinergi dan komunikasi ini sangat penting untuk mempercepat melakukan pembangunan. Membangun suatu daerah itu faktor mendasar adalah dengan ketersediaan sdm yang berkualitas, dengan mengajak masyarakat menghadiri sosialisasi yang diberikan pemerintah juga bisa dikatakan bahwa masyarakat membantu pemerintah dalam melakukan programnya. Pemkab Landak mengajak masyarakat dalam melakukan pembangunan dengan memanfaatkan akun media sosialnya. Pemkab Landak masyarakat untuk membantu programnya di berbagai bidang seperti pengurangan kebakaran hutan dan lahan serta menghadiri sosialisasi pemerintah yang telah diberikan.



Gambar 3. 17 Postingan Ajakan Pemerintah Kepada Masyarakat Untuk Programnya (Sumber: Media Sosial Facebook, di unggah pada 19 Mei 2022 dan 27 April 2022)

Dalam berbagai konten yang dibagikan Pemkab Landak lewat akun sosial mediana mengupayakan terciptanya transparansi terhadap masyarakat Kabupaten Landak. Sebagai agen informasi Pemkab Landak harus melakukan yang sudah menjadi tugasnya dengan menerapkan salah satu prinsip dari *good government* yaitu transparansi. Lewat berbagai sosial mediana Pemkab Landak membagikan apa saja konten – konten yang dibagikan oleh Pemerintah.

“Tim kami mengupayakan membentuk isi konten – konten yang transparan untuk menyebarkan informasi. Maka setiap kegiatan pimpinan atau hasil apa saja program yang telah dilakukan oleh pemerintah, kami bagikan di akun sosial media Pemkab Landak agar bisa dilihat langsung oleh masyarakat Kabupaten Landak” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).

Berita yang dibagikan oleh Pemkab Landak merupakan berita yang bisa dijamin validasinya. Pemerintah Kabupaten Landak menyampaikan langsung berita lewat tenaga ahli dibidangnya. Sebagai agen informasi pemerintah satu – satunya Pemkab Landak memberikan kualitas informasi yang valid

“Berita yang kami berikan tentunya bisa dijamin validasinya terutama dengan terkait covid – 19 sebab kami selalu mengadakan rapat lintas sektor untuk melakukan kebijakan dan menyebarkan informasi pada masa covid – 19 dan untuk informasi terkait kebutuhan sehari – hari seperti sembako kami membagikan berita yang langsung dilakukan langsung oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Dinas Kopperindag dan UMKM) jadi berita – berita yang dibagikan tentunya valid” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).

3.5 Komunikasi Akun Sosial Media Pemkab Landak

Konten sosial media dari Pemkab Landak banyak sekali mendapatkan *feedback* dari publiknya. Komen – komen di konten tersebut terdiri dari beberapa jenis komen seperti pujian akan program pembangunan yang di lakukan oleh pemerintah, kritik dan saran untuk program pemerintah, meminta menciptakan pemerintah untuk menciptakan program untuk kemajuan daerah dari masyarakat. Selain komen dari konten – konten sosial media dari Pemkab Landak, akun sosial media dari Pemkab Landak juga mendapatkan *direct message* dari masyarakat Kabupaten Landak terkait hal yang sama dengan isi dari komen konten akun media sosial Pemkab Landak.

Pemkab Landak ketika mendapati *feedback* dari masyarakat Kabupaten Landak, akun sosial media Pemkab Landak tidak menanggapi komen – komen ataupun *direct message* dari publiknya dan Pemkab Landak cenderung membiarkan *feedback* tersebut. Pemkab Landak membalas menanggapi komen – komen tersebut biasanya langsung di konten dari sosial media Pemkab Landak. Komunikasi yang dilakukan oleh Pemkab Landak di akun sosial medianya menjadi komunikasi satu arah.

“untuk komen – atau DM (direct message) yang di berikan kepada kami, kami tidak pernah melakukan balasan. Biasanya kami balasnya ketika program yang dikeluhkan oleh masyarakat telah dilakukan dan dijadikan konten. Konten tersebutlah balasannya. (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).

3.6 Proses Pembuatan Konten

Dalam proses pembuatan konten akun sosial media Pemkab Landak hanya mengumpulkan beberapa data yang telah didapatkan sebelumnya seperti dokumentasi berbagai kegiatan pimpinan (Bupati). Dalam penyiapan konten video Pemkab Landak menyiapkan *skript* sebagai konsep awal atau konsep dasar untuk pembuatan video yang akan kita produksi dan nantinya akan kita digunakan sebagai panduan sehingga selama pembuatan video nanti, ide, tujuan dan alur pesan dari video kita tidak melenceng.

Untuk video *streaming* tidak memiliki persiapan khusus Pemkab Landak hanya melakukan live streaming dengan menggunakan kamera gawai dari tim Media Center. Sedangkan konten – konten lainnya seperti konten foto dan *stories* hanya memanfaatkan data yang telah diperoleh dan di kumpulkan kemudian dibuat *headlinenya* dan membuat *prees release* yang akan menjadi isi dari

konten tersebut lalu di edit dokumentasi kegiatan pimpinan yang telah diperoleh untuk menjadi visual konten tersebut.

“Ya hanya mengumpulkan dokumentasi dari kegiatan pimpinan kemudian merekam ketika Ibu memberikan kata sambutan selain itu kami mendapatkan laporan – laporan dari dinas - dinas lainnya perihal hasil dan kami lalu kami edit untuk dijadikan konten lalu dibagikan” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).

“Persiapan tidak ada yang gimana – gimana. Paling video aja yang kami siapkan scriptnya dan streaming kami biasanya hanya menggunakan kamera hp pribadi saja. Konten – konten foto kami edit dengan menggunakan data – data yang sudah kekumpul). (Wawancara Margaretha Tania, Editor Media Center pada 27 Februari 2023).

Akun sosial media dari Pemkab Landak tidak memiliki agenda pasti dalam membagikan konten terkait informasi dan kegiatan pimpinan (Bupati). Mereka tidak mempunyai target untuk memposting konten dalam waktu harian ataupun mingguan, waktu untuk mereka memposting kegiatan biasanya mengikuti program kegiatan pimpinan (Bupati) dalam melakukan tugasnya. Akan tetapi untuk informasi – informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat akun media sosial media Pemkab Landak secepat mungkin untuk membagikan konten tersebut. Akun media sosial dari Pemkab Landak hanya mempunyai agenda pasti dalam membagikan konten – konten yang isinya ucapan hari besar atau kegiatan adat Kabupaten Landak.

“Untuk agenda postingan tetap sih tidak ada, biasanya untuk membagikan konten kami mengikuti kegiatan pimpinan kemudian kami dokumentasikan lalu kami edit dan kami kumpulkan setelah itu kami posting konten yang telah kami kumpulkan tersebut di satu hari yang sama di setiap minggunya. Konten yang kami langsung bagikan itu terkait konten informasi seperti titik vaksin, kebutuhan pokok sehari – hari dan yang konten yang mendadak itu seperti ucapan belasungkawa. Konten yang jadwalnya pasti hanya konten ucapan untuk hari besar dan kegiatan – kegiatan adat” (Wawancara Margaretha Tania, Editor Media Center pada 27 Februari 2023).

3.7 Evaluasi Tim Media Center

Evaluasi merupakan suatu proses yang ditujukan guna memperoleh data atau informasi yang kemudian akan dibuat suatu keputusan berdasarkan data tersebut. Data atau informasi tersebut tentunya harus data yang sejalan dengan tujuan dari dilaksanakannya evaluasi. Tim dari Media Center melakukan juga proses evaluasi setelah pembuatan konten untuk memperbaiki kualitas dalam menjadi pelayan informasi publik.

Tim Media Center melakukan evaluasi terkait dengan beberapa hal terutama pola komunikasi sesama tim dari Media Center. Komunikasi sesama tim sangat dibutuhkan dalam kerja

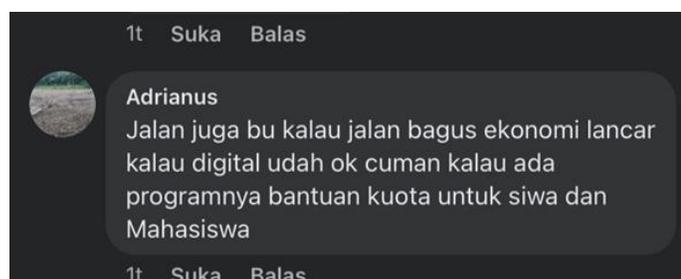
sama untuk terupayanya tujuan dari tim tersebut. Evaluasi dari tim Media Center rutin dilakukan selama 1 hingga 2 bulan sekali dan beberapa kali di ikuti oleh Bupati dalam melakukan evaluasi.

“Evaluasi dilakukan selama beberapa bulan sekali, bisa 1 atau 2 bulan sekali. Bupati beberapa kali ikut dalam evaluasi kami karna kami membagikan kegiatan – kegiatan yang beliau lakukan. Evaluasi biasanya hanya terkait dengan pola komunikasi kami sebagai tim.” (Wawancara Muh Arief, Redaktur Pelaksana pada 28 Februari 2023).

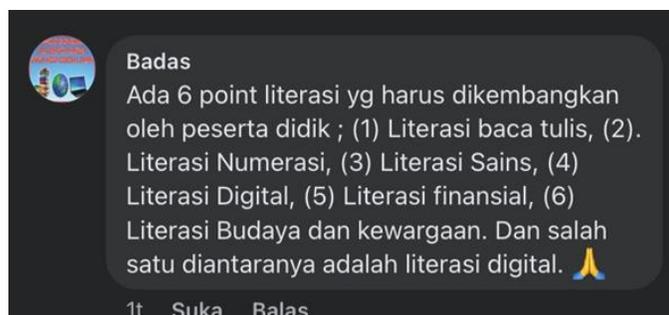
“Kami ada evaluasi dilakukan 1 bulan sekali. Evaluasi biasanya terkait dalam beberapa hal seperti editing konten dan komunikasi kami sebagai tim. Dalam proses evaluasi kami pernah merubah template konten kami yang dulu pas awal – awal akun Pemkab Landak kami kelola headline di sliede pertama ada isi penjelasan singkat tetapi mulai dari 2020 kami ubah karena ketika isi penjelasan singkat kami berikan di slide headline terkesan penuh di slide fotonya makanya kami ubah jadi di slide pertama hanya ada judul.” (Wawancara Francisco, Pimpinan Redaksi Media Center pada 27 Februari 2023).

3.8 Pendapat Masyarakat Landak

Akun media sosial dari Pemkab Landak dianggap membantu masyarakat dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Masyarakat lebih merasa beberapa kemajuan infrastruktur di daerah Landak yang telah dilakukan oleh Pemerintah. Sebelum adanya akun Pemkab Landak Publik tidak mengetahui apa saja yang dilakukan oleh Pemerintah karena masyarakat tidak mendapatkan wadah untuk mengakses berita – berita tentang Kabupaten Landak dan kemajuannya. Selain itu masyarakat dapat memberi masukan langsung melalui komentar terkait dengan postingan – postingan yang telah diposting di sosial media Pemkab Landak.



Gambar 3. 18 *Screenshoot comment* di media sosial Pemkab Landak (Sumber : Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 31 Agustus 2021)



Gambar 3. 19 *Screenshoot comment* di media sosial Pemkab Landak (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 31 Agustus 2021)

“Akun media sosial dari Pemkab sangat membantu kita sebagai masyarakat untuk mendapatkan informasi – informasi yang dibutuhkan. Sebelumnya memang ada akun media sosial juga yang membagikan informasi tentang kemajuan fasilitas publik dan kegiatan bupati tetapi akun tersebut tidak terlalu aktif ngonten. Jadi ketika akun Pemkab Landak di buat kami mendapatkan apa saja informasi yang kami perlu tahu. Kami juga bisa memberi keluhan langsung ke akun sosmed tidak perlu bertemu langsung dengan Bupati mengatakan keluhankami jadi akun sosmed dari Pemkab Landak sangat membantu”. (Wawancara Yohanes Handrianus Laka, Masyarakat Landak pada 28 Februari 2023).

Masyarakat juga mengatakan bahwa desain konten dari akun sosial media Pemkab Landak sudah cukup baik walaupun beberapa masyarakat mengharapkan desain yang lebih baik dalam pembuatan konten foto maupun vidio. Masyarakat berkomentar bahwa Pemkab dapat membuat desain konten yang lebih baik dari yang digunakan. Sehingga dapat lebih menarik untuk di lihat oleh masyarakat yang mengerti desain atau tidak mengerti desain

“Untuk konten si sebenarnya standart sih untuk bagus atau tidaknya tetapi yang terpenting itu isi kontennya yang memberi informasi, seperti dimana aja titik vaksin, apa saja hoax yang harus dihindari. Untuk editing template konten dan video sebenarnya saya harapkan lebih baik dan lebih variatif. ”. (Wawancara Muh Ridwan, Masyarakat Landak pada 28 Februari 2023).

Dalam beberapa postingan akun media sosial Pemkab Landak mempunyai jumlah suka, komentar dan bagikan dengan angka yang beragam dalam beberapa konten – kontennya.



Gambar 3. 20 Screenshot jumlah bagikan, suka dan komentar di sosial media Pemkab Landak (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 29 April 2021)



Gambar 3. 21 Screenshot jumlah bagikan, suka dan komentar di sosial media Pemkab Landak (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 29 April 2021)

Konten yang dibagikan oleh Media Center di akun sosial media mendapatkan suka, komentar dan bagikan dengan angka yang beragam di konten – konten mereka. Seperti “*Saya bukannya juga tidak patuh terhadap peraturan pemerintah.tapi bukannya juga di isolasi atau berobat dirumah sakit.brobat dirumah pun bisa dan di isolasi di rumah pun bisa.apa lagi baru kreaktip.belum tentu mengidap pirus justru mereka yg di isolasi dengan orang banyak itulah mudah terkena penyakit apapun bisa masuk apalagi pirus...katanya tidak boleh ngumpul tidak boleh ramai ramai*”. Ucap akun dengan username Artono. “*Menurut saya jika ada salah satu diantara nya yang PDP, sebaiknya pihak yang bersangkutan memanggil salah satu pihak keluarga untuk menegosiasi, biar keluarga yang dipanggil tersebut menyampaikan ke pihak keluarga besarnya, agar tidak ada kepanikan dalam penjemputan*”. Ucap akun dengan username lain Jopar Dus

3.9 Analisis dan Pembahasan

Public Relation (Humas) Edward Bernays dalam (Danandjaja, 2011) memberi informasi yang langsung dan bersifat mengajak untuk publiknya supaya dapat merubah suatu persepsi dan tingkah laku yang dituju untuk melakukan sebuah pembaharuan maupun sikap dari publik yang dituju. *Public Relation* harus merubah persepsi dari publik yang ditujunya sebab dampak dari persepsi publik yang dituju sangat luar biasa dan bisa mempengaruhi citra dari instansi. Cutlip, Center, dan Broom menulis suatu buku tentang teori dan praktik public relation, mendesripsikan publik relation sebagai fungsi dari manajemen untuk mengenali dan membangun serta membuat atau mempertahankan suatu hubungan agar dapat menguntungkan pihak organisasi maupun instansi dengan publik menjadi penentu keberhasilan dan kegagalan pihak organisasi atau instansi. Oleh karna itu penting sekali *public relation* memiliki pemahaman budaya dan karakter terhadap target sarannya dan harus mengetahui segala hal perihal publik di sekitarnya. *Public reation* dituntut untuk dapat merealisasikan sebuah komunikasi yang baik terhadap publiknya.

3.9.1 Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui media serta adanya pengaruh (efek) yang ditimbulkan dari proses penyampaian pesan tersebut. Sebagai suatu proses, berlangsungnya komunikasi sangat tergantung pada elemen-elemen dasar pendukungnya yang terdiri dari sumber, pesan, media, penerima, pengaruh atau efek, umpan balik dan lingkungan. Oleh karna itu penting sekali sebagai badan penyebaran informasi memiliki pemahaman budaya dan karakter terhadap target sarannya dan harus mengetahui segala hal perihal publik di sekitarnya dan dituntut untuk dapat merealisasikan sebuah komunikasi yang baik terhadap publiknya.

Pemerintah Kabupaten Landak sudah melakukan sebagai badan penyerabaran informasi. Tim Media Center selaku badan informasi dari Pemkab Landak jika di telaah dengan data yang telah dikumpulkan oleh penulis lewat serangkaian proses wawancara terhadap narasumber bahwa melakukan beberapa perannya seperti menjadi media untuk masyarakat dapat menerima informasi yang telah dibagikan oleh Media Center. Pemkab Landak aktif dalam menyajikan konten – konten terkait seputar kegiatan pimpinan, berita informasi kebutuhan sehari – hari, berita informasi terkait Covid – 19, konten ajakan kepada masyarakat untuk andil dalam program kerja, serta informasi berita duka cita dan kegiatan adat daerah Kabupaten Landak.

Berdasarkan hasil paparan diatas peneliti mengklafikasikan konsep dari Menurut Efendi dalam Cagara (2021) proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan sesemansia kepada manusia lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Ketika Media Center membagikan informasi, Media Center menggunakan bahasa Indonesia ketika membuat Caption untuk menjelaskan konten – konten di akun media sosialnya.

Proses komunikasi secara sekunder adalah lanjutan dari proses komunikasi primer di mana terdapat alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama dalam penyampaian pesan oleh sesama manusia kepada manusia lainnya. Biasanya penggunaan alat atau sarana ini digunakan sesama manusia dalam melancarkan komunikasi di mana komunikannya berada relatif jauh atau berjumlah banyak. Dalam membagikan informasinya, Media Center menggunakan alat yaitu media sosial yang dimiliki Pemkab Landak seperti Instagram dan Facebook. Dalam menyebarkan terbukti bahwa Media Center bisa dibilang sukses sebab masyarakat merasa tertolong seperti yang dikatakan narasumber atau masyarakat Kabupaten Landak bahwa dengan adanya media sosial dari Pemkab Landak ia merasa sangat membantu kita sebagai masyarakat untuk mendapatkan informasi – informasi yang dibutuhkan.

Menurut Cagara (2021) elemen kunci dari komunikasi yaitu:

1. Komunikasi Dua Arah

Komunikasi ini melibatkan pengirim dan penerima, dalam elemen ini Media Center ketika membagikan informasi bisa dibilang belum bisa menerapkan. Alasannya Media Center kekurangan SDM yang dimiliki sebab Layanan Media Center yang memiliki

jobdesk sebagai memrespon komentar di akun media sosial mereka telah tidak berada di Media Center sehingga posisi itu pun kosong dan tidak ada yang menggantikan.

2. Harus Ada Pesan

Pesan dapat berupa keterangan informasi, Media Center kerap membagikan informasi – informasi terkait beberapa hal, seperti kegiatan pimpinan yang berisi kegiatan Bupati dalam menjalankan program pemerintahan dan kegiatan bupati ketika melakukan bantuan maupun peresmian – peresmian aset daerah. Media Center juga memberi pesan terkait informasi terkait covid – 19 yang dimana pada saat itu Covid sedang masif dalam penyebarannya. Media Center juga membagikan informasi ajakan untuk membantu program – program yang di rancang oleh Pemerintah Kabupaten Landak.

3. Kesamaan Pemahaman

Komunikasi hanya dapat terjadi jika ada kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima. Dalam menyebarkan informasi Pemkab Landak menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh semua masyarakat, Bahasa yang digunakan merupakan Bahasa Indonesia dan komunikasi tersebut bisa dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat Kabupaten Landak.

4. Merubah Perilaku Individu Lain

Informasi yang dikirimkan penerima menimbulkan respons dalam bentuk beberapa perubahan dalam perilakunya. Ketika Media Center menyebarkan informasi mengenai Covid – 19 maka masyarakat merubah kebiasaannya dalam memakai masker dan selalu mencuci tangan.

5. Metode Pemberian Informasi

Informasi dapat diberikan melalui kata-kata atau melalui cara lain seperti isyarat-isyarat, ekspresi dan lain-lain. Media Center memberikan informasi melalui kata – kata yang dilampirkan di caption mereka dan beliau juga memperlihatkan ekspresi – ekspresi di foto atau video mereka yang dibagikan.

Dengan demikian kesamaan adalah elemen penting dalam komunikasi. Bahasa umum, kepentingan umum, lingkungan bersama, pengalaman umum mempromosikan komunikasi yang sukses.

3.9.2 Informasi Pemerintahan

Pemerintahan, baik kementerian, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, bahkan pemerintahan desa diharuskan untuk mengembangkan pemerintahan elektronik (pemerintahan-eGovernment). E-Government mengharuskan pemanfaatan secara maksimal TIK terutama website untuk menyediakan kecepatan dan kemudahan serta lebih efisien untuk mengakses dan untuk menyediakan informasi/layanan kepada publik (Lee, 2010). Pemkab Landak selain menyediakan akun media sosial mereka dalam menyebarkan informasi. Media Center juga menyediakan beberapa Web informasi resmi dari Pemkab Landak yaitu mediacenter.landakkab.id. didalam Web tersebut berisi informasi – informasi terkait dengan berita seputar yang ada di Kabupaten Landak. Selain itu di Web tersebut juga ada fitur tanya jawab seputar Media Center untuk mengetahui Media Center lebih lanjut.

Sosial media merupakan media paling efektif dalam membagikan informasi guna mengembangkan e-government bisa dilihat bahwa Pemkab Landak banyak mendapatkan tanggapan – tanggapan dari masyarakatnya. Selain itu followers dari beberapa akun Media Sosial mereka juga bisa dibilang cukup banyak. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi masyarakat dapat merasakan keefektifan dan efisiensi ketika mendapatkan informasi – informasi yang beredar di Kabupaten Landak.

Lee et al. (2012) menjelaskan, memberikan pelayanan publik merupakan hal yang paling penting dan diperlukan oleh Pemerintah, tidak hanya sekedar mengatur strategi komunikasi yang efektif demi mewujudkan misi dari pemerintahan semata. Informasi publik merupakan salah satu aspek kunci untuk akuntabilitas pemerintah, Pemerintah perlu membangun komunikasi eksternal dalam menyampaikan informasi publik yang dapat digunakan untuk memajukan kinerja pemerintahan itu sendiri. Media Center membagikan beberapa hasil program yang telah dijalankan oleh Pemkab Landak. Hasil program tersebut merupakan bentuk keterbukaan dan pertanggung jawaban mereka perihal apa yang telah di jalankan oleh Pemkab Landak. Dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat pada pelayanan informasi publik, pemerintah mengandalkan peran dari humas pemerintah. Menurut Dozier dan Broom (dalam Ruslan, 2014). Ketika membagikan di media sosial Pemkab Landak dapat menyebarkan informasi di berbagai kalangan.

Lattimore (2010) menyebutkan empat model Komunikasi Humas yang umum diimplementasikan. Pertama, model *press agentry* (agen pemberitaan); menggambarkan

bagaimana informasi bergerak dari organisasi menuju publik secara satu arah. Kedua, model informasi publik; menggambarkan cara Humas bertugas memberitahukan informasi kepada publik. Model ini sering diimplementasikan pada lembaga pemerintahan, organisasi nirlaba, dan pendidikan. Ketiga adalah model asimetris dua arah; memandang Humas yang bersifat persuasif ilmiah dengan menjadikan hasil riset sebagai tolak ukur penilaian publik. Keempat, model simetris dua arah; menggambarkan orientasi Humas dimana publik dan organisasi saling menyesuaikan diri. Model ini menerapkan metode riset ilmu sosial guna memperoleh rasa saling pengertian dan komunikasi dua arah.

Dalam beberapa analisis yang dilakukan penulis, ditemukan bahwa dalam berkomunikasi untuk memanfaatkan media sosial sebagai Badan Informasi yang dilakukan Media Center. Pemkab Landak sebenarnya sudah menerapkan komunikasi satu tetapi belum menerapkan komunikasi dua arah ketika mempublikasikan berita pada media sosial. Berikut kesimpulan yang akan diklasifikasikan oleh penulis melalui temuan yang di dapatkan. Media Center belum dapat dikatakan sebagai Humas Pemerintahan, mereka hanya bisa di katakan sebagai Badan Informasi dari Pemerintah Kabupaten Landak. Peneliti mengklafikasikan menurut Lattimore dengan temuan data yang diperoleh bahwa dalam empat model komunikasi Media Center hanya dapat melaksanakan beberapa model tersebut.

1. Agen Pemberitaan (*prees agency*)

Media Center kerap melakukan model ini sebab ketika melaukan publikasi konten mereka bertujuan untuk melakukan publisitas. Bisa dilihat mayoritas dari postingan akun media sosial yang dimiliki Pemkab Landak terdapat muka dari pimpinan (Bupati) Kabupaten Landak. Hal ini dapat memperoleh citra positif yang didapatkan dari masyarakatnya dengan menarik perhatian masyarakat ketika Pemkab Landak dalam melakukan progjanya. Pemkab Landak dapat mempersuasi masyarakatnya untuk memahami fungsi dan peran pemerintah. Hal ini juga dapat meningkatkan literasi media kepada masyarakat melalui konten yang Pemkab Landak bagikan di akun sosial medianya. Jadi dengan melihat semua akun sosial media terutama Instagram dan Facebook dari Pemkab Landak bisa dapat dilihat bahwa segala kegiatan progja yang dilakukan untuk masyarakat dapat terlihat di sosial medianya.

← Postingan Pemerintah Kabupaten Landak



Gambar 3. 22 Screenshoot tindakan prees agentry (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 19 April 2022)



Gambar 3. 23 Screenshoot tindakan prees agentry (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 2 Maret 2022)



Gambar 3. 24 Screenshoot tindakan prees agency (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 6 November 2020)

Postingan dari akun Media Sosial Pemkab Landak tetap menampilkan foto dari pimpinan meskipun Pimpinan (Bupati) tidak berada di tempat. Selain itu di Media Center juga tetap menampilkan muka Bupati ketika mereka mendapatkan penghargaan.

2. Informasi Publik (*Public Information*)

Berbeda dengan komunikasi agen pemberitaan, komunikasi informasi publik memiliki tujuan utama untuk menyediakan layanan informasi bagi publik mengenai program dan kebijakan organisasi secara jujur dan bukan ditujukan untuk kegiatan publisitas dan promosi. Akan tetapi, alur komunikasi dari komunikator ke komunikan masih berlangsung satu arah. Dalam mendistribusikan informasi yang disampaikan kepada publiknya Pemkab Landak bertindak selayaknya *Journalist in residence*, artinya berperan sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada publik dan memegang kendali informasi di media sosial. Pemkab Landak media sosial Pemkab Landak dan Facebook memberikan informasi – informasi yang bisa dijamin validasinya dan informasi tersebut merupakan informasi yang dibutuhkan oleh Pemkab Landak. Publisitas yang dilakukan oleh Pemkab Landak lewat sosial medianya sudah cukup transparan dan terbuka. Berdasarkan hal ini penulis mengatakan bahwa adanya model komunikasi ini sesuai

dengan peran dari tim media center yaitu sebagai sumber informasi dari masyarakat Kabupaten Landak.



Gambar 3. 25 Screenshot tindakan Informasi Publik (Sumber: Postingan Sosial Media Pemkab Landak, di unggah 27 April 2022)

3. Asimetris Dua Arah (*Two – way asimetris dua arah*)

Model komunikasi ini menerapkan komunikasi dua arah, namun komunikasi ini bisa dibidang tidak seimbang, timbal balik antara komunikan tidak diperhitungkan oleh komunikator. Model komunikasi ini Dalam model ini diterapkan metode riset ilmu sosial guna meningkatkan efektivitas pengaruh atas pesan yang disampaikan. Praktisi PR menggunakan model ini dalam bentuk strategi ilmiah, wawancara, dan survei sebagai tolak ukur penilaian publik sehingga program PR dapat dirancang dan meraih atensi publik. Model ini memungkinkan organisasi tidak memanfaatkan banyak karyawan atau sumber daya guna mengetahui reaksi para investor, stakeholder, maupun masyarakat. Instansi atau organisasi diposisikan selalu benar serta organisasi atau instansi akan mengedepankan pembelaan organisasi daripada mengupayakan solusi terbaik bagi penyelesaian permasalahan humas yang ada. Sementara publik tidak perlu diakomodasi kepentingan-kepentingannya. Secara sederhana, model ini menjadikan publik harus menyesuaikan

diri dengan kebijakan organisasi sehingga menyebabkan bentuk komunikasi ini kurang efektif bagi kegiatan literasi media.

Dalam hal kegiatan literasi media sosial, suatu komunikasi yang efektif tentunya harus memberikan umpan balik dari khalayak bagi organisasi, baik khalayak eksternal maupun internal. Dalam hal ini, terjalin komunikasi dari khalayak ke organisasi. Umpan balik menjadi indikator dalam penentuan keberhasilan komunikasi dua arah. Pemkab Landak melakukan aktifitas ini dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat Kabupaten Landak dalam sosial medianya, tanggapan yang diberikan masyarakat Kabupaten Landak di komentar konten – konten sosial media Kabupaten Landak dan kritik melalui *direct message* (DM) tidak ditanggapi secara langsung oleh akun sosial media dari Pemkab Landak. Masyarakat Kabupaten Landak secara tidak langsung di paksa untuk menerima *feedback* mereka tidak ditanggapi oleh Pemkab Landak. Dari penjelasan di atas bahwa Pemkab Landak hanya memberikan informasi terkait kepentingan masyarakat dan aktifitas dari pimpinan dan tidak memberikan timbal balik kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat di akun sosial media dari Pemkab Landak yang tidak menjawab sama sekali komentar dari masyarakatnya.

4. Simetris Dua Arah (*Two way symmetrical*)

Model komunikasi simetris dua arah bisa menjadi acuan bagi PR dimana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial dalam penelitian dan teknik komunikasi guna mengatasi konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategis. Karakteristik dari model komunikasi ini ialah adanya teknik negosiasi dan ditujukan guna meningkatkan pemahaman bersama serta rasa saling menghormati antara organisasi dan publik. Model ini dinilai paling tepat dan etis dalam penyampaian suatu pesan atau informasi. Model ini lebih mengarahkan Humas untuk berperan sebagai mediator daripada sekedar pembujuk, dimana humas akan mendengarkan kekhawatiran publik.

Pemkab Landak melalui temuan data yang ditemukan oleh penulis melalui serangkaian wawancara tidak menemukan hubungan dua arah yang dimana tim Media Center dapat menjadi mediator antara Pemerintah dengan masyarakat Kabupaten Landak. Pemkab Landak tidak menanggapi segala aktifitas masyarakat ketika memberikan komentar yang telah diberikan kepada Pemkab Landak. Model yang dimana dapat membuat masyarakat dan Pemerintah saling berpartisipansi satu sama lain dan dapat juga digunakan untuk kegiatan negosiasi dan resolusi

konflik tidak tercipta sebab tidak ada rasa saling pengertian diantara masyarakat dan Pemerintah. Jika model ini dapat diciptakan maka Pemkab Landak bisa menemukan beberapa solusi yang saling menguntungkan atau *win – win solution* dengan masyarakat.

Model Komunikasi satu arah yakni model *press agentry* dan *public information model*, Pemkab Landak menggunakan komunikasi dengan teknik persuasi untuk menginformasikan agar masyarakat mengetahui dan memahami fungsi dan peran dari humas Pemkab Landak sebagai sumber informasi untuk masyarakat melalui konten – konten yang diberikan. Pemkab Landak rutin memberikan konten informasi dalam upaya sebagai sumber informasi yang bisa di jamin validasinya untuk masyarakat. Sedangkan komunikasi dua arah yaitu *two way asymmetri* dan *two way symmetrical* bahwa Pemkab Landak hanya menggunakan model *two way asymetri*.

3.9.3 Media Sosial

Nasrullah (2015) juga mengemukakan bahwa media sosial sebagai platform media sosial dapat memberi fasilitas individu atau kelompok untuk melakukan aktivitas maupun kolaborasi. Media sosial juga bisa diartikan sebagai fasilitator online yang menghubungkan antara pengguna satu ke pengguna lainnya. Media sosial merupakan sebuah aktivitas dua arah yang bisa berbagi berbagai pertukaran mau itu berbentuk tulisan, gambar, serta suara. Perkembangan sosial media mengalami perkembangan setiap tahunnya, perkembangannya pun bisa dibilang sangat signifikan. (Puntoadi, 2011). Media sosial perananan dipemerintahan yaitu sebagai layanan pemerintahan dan tidak hanya di Indonesia sebagian besar pemerintahan dunia sudah memanfaatkan media sosial sebagai wadah penyebaran informasi. Media sosial dapat memberikan sebuah manfaat dimana ia bisa berperan sebagai pendorong efisiensi dalam pemerintahan, dapat memulihkan kepercayaan masyarakat, dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman, serta bisa sebagai alat untuk komunikasi krisis terutama di pemerintahan dan menjadi media informasi. (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018).

Media Center juga memanfaatkan beberapa sosial media dalam upaya mengefisiensi untuk penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemkab Landak memanfaatkan sosial media seperti, Facebook dengan 11 (sebelas) ribu pengikut, Instagram dengan 9 (sembilan) ribu pengikut, Youtube dengan lebih dari 4 (empat) ribu pengikut, dan twitter yang berganti nama menjadi X dengan 3 (tiga) ratus pengikut. Sosial media Facebook dan Instagram merupakan media sosial yang paling efektif dalam menyebarkan berita sebab pengikut dari kedua sosial media

terbilang paling banyak diantara media sosial lainnya. Konten – konten yang dibagikan merupakan konten dengan berbagai bentuk seperti konten carousel, *single post*, video, video reels, *story* dan *live streaming*. (data 2022)

Facebook merupakan sosial media Pemkab Landak paling banyak diikuti masyarakat Kabupaten Landak terhitung pada 2022 lalu Pemkab Landak memiliki 11 ribu pengikut di media sosial Facebook. Pemkab memafaatkan beberapa fitur yang ada di media sosial Facebook, Menurut Onno W Purbo dalam Kompas, 8 Februari halaman 6 Facebook memiliki beberapa fitur yaitu:

1. Pembaruan Status

Update status adalah fitur Facebook yang memungkinkan penggunanya mengetahui status teman dari penggunanya tanpa harus bertemu atau berkomunikasi langsung dengan mereka. Facebook memungkinkan penggunanya mengetahui status banyak temannya pada waktu yang sama dan kapan saja.

2. Menandai Foto

Photo tagging adalah fitur Facebook yang memungkinkan penggunanya untuk mengetahui nama orang yang ada di dalam foto. Selain itu, foto-foto yang memuat penggunanya juga dikelompokkan sehingga mudah ditemukan.

3. Nama Tampilan

Saat mendaftar sebagai anggota aktif, Facebook mensyaratkan bahwa nama tersebut terdiri dari setidaknya dua kata dan itu adalah nama asli.

4. Desain Rapi

Facebook menilai desainnya sangat rapi. Pengguna tidak diberikan hak yang berlebihan untuk mengubah tampilan halaman profil (misalnya mengubah gambar latar belakang, *font* yang dapat memperumit *font*,

5. Fitur Suka

Fungsi Suka adalah fungsi Facebook untuk mengenali teman kita melalui status atau melalui foto, game, artikel, dan lainnya yang dikirim ke Facebook oleh teman kita.

Media sosial Facebook dari Pemkab Landak digunakan sebagai media dalam penyebaran informasi dengan memanfaatkan beberapa fitur yang dimiliki oleh Facebook. Akun dengan nama Pemerintah Kabupaten Landak itu menggunakan pembaruan status sebagai media untuk

penyebaran beberapa konten foto maupun video, mereka juga menandai (*tag*) akun sosial media beberapa instansi pemerintah yang terlibat dengan kebijakan yang dilaksanakan didalam konten. Mereka juga sering menandai pimpinan (Bupati) ketika menjalankan aktifitasnya dalam menjalankan programnya. Konten – konten media sosial Facebook juga banyak di sukai oleh masyarakat Kabupaten Landak bisa dilihat di fitur suka yang ada di Facebook.

Media Center juga memanfaatkan fitur yang ada di Instagram dalam media informasi dan media untuk argumen persuasif di masyarakat yang ada di pemerintah. Menurut Grunig, (2006) bahwa fungsi PR sebagai manajemen strategis untuk pesan, publisitas, dan perantara media. Dalam melakukan publisitas Pemkab Landak menggunakan akun sosial media Intagram mereka dengan menggunakan konten carousel, *single post*, video, video reels, serta *instastories*. Konten – konten tersebut dibagikan dengan guna sebagai publisitas mereka terhadap masyarakat Kabupaten Landak. Sama seperti sosial media Facebook Pemkab Landak juga membagikan konten – kontennya yang berhubungan dengan kegiatan Pimpinan serta informasi – informasi untuk masyarakat Kabupaten Landak.

Isi konten kedua sosial media itu tidak berbeda, kedua akun sosial media itu membagikan konten yang sama. Mulai dari *caption* konten sampai dengan foto yang ada dikonten mereka bagikan di kedua akun sosial media tersebut, seluruh konten akun media sosial mereka membagikan konten yang sama tetapi ada beberapa yang berbeda seperti konten – konten video atau film pendek yang terdapat di Facebook. Akun media sosial manapun tidak memiliki konten tersebut sebab hanya dibagikan di akun sosial media Facebook.

Media Center belum maksimal juga melakukan evaluasi terkait dengan evaluasi, tahapan pengumpulan informasi guna menilai suatu metode, alat, maupun hasil kerja manusia sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan selanjutnya. Temuan peneliti menemukan bahwa tim Media Center melakukan penilaian kinerja dari tim Media Center yang dilakukan dalam beberapa bulan sekali. Penulis menilai bahwa proses evaluasinya belum dilakukan dengan baik dan jangka waktu untuk melakukan evaluasi terbilang cukup lama sebab evaluasi menjadi patokan dalam menentukan keberhasilan organisasi. Pratiwi, Abdurrahman (2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa perencanaan, aktivasi, dan evaluasi terhadap suatu tindakan informasi dan komunikasi harus dilakukan secara nyata dan tepat, sehingga akan dapat ditentukan berhasil atau tidaknya kegiatan yang dilakukan. Dalam hal ini Media Center belum membuat agenda dan

memaksimalkan evaluasi yang harus dimiliki oleh organisasi instansi agar program mereka berjalan dengan baik

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah disusun oleh penulis, bahwa upaya penyebaran informasi dari Pemkab Landak telah dilakukan dengan baik dalam menyebarkan informasi – informasi untuk masyarakat Kabupaten Landak. Dilihat bagaimana Pemkab Landak dapat memanfaatkan sosial media Facebook dan Instagram dalam menyebarkan informasi dengan memaksimalkan pembuatan konten – konten yang telah dibuat sebelumnya. Pemkab Landak sukses membagikan berbagai informasi terkait dengan kegiatan pimpinan, informasi terkait dengan covid – 19, informasi kebutuhan masyarakat sehari – hari, serta ajakan untuk membantu program kerja pemerintah. Pemkab Landak membagikan konten dengan berbagai jenis konten. Dari berbagai konten itu penulis menilai sebagai sumber informasi Humas Pemkab Landak telah berhasil menjadi sumber informasi dari masyarakat Kabupaten Landak, predikat menjadi badan informatif se - Kalimantan Barat merupakan bentuk bukti mereka berhasil dalam menjadi sumber informasi untuk publik.

Hal lain penulis juga melihat bahwa kurangnya Media Center dalam menyebarkan informasi di sosial media mereka. Pemkab Landak tidak merespon komentar yang diberikan oleh masyarakat Kabupaten Landak di semua konten dari akun sosial media Pemkab Landak. Komunikasi di akun media sosial Pemkab Landak dengan masyarakat Kabupaten Landak terkesan komunikasi satu arah tanpa ada timbal balik. Media Center Landak harus menggunakan sosial media sebagai fasilitator komunikasi juga, dengan memberikan tanggapan di komentar tersebut masyarakat akan merasa lebih didengar oleh Pemkab Landak. Perlu Media Center untuk merekrut orang guna mengisi peran sebagai menanggapi komentar dari masyarakat disosial medianya

Selain itu, belum adanya agenda atau jadwal dalam pembuatan konten membuat konten yang dibagikan kedalam akun sosial media Pemkab Landak terkesan berantakan sehingga membuat masyarakat belum bisa mendapatkan kepastian kapan mereka akan mendapatkan informasi – informasi yang dibagikan oleh Pemkab Landak. Evaluasi dalam pembuatan konten belum terupaya dengan maksimal, evaluasi merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan oleh tim. Secara keterbukaan Pemkab Landak dalam menjadikan akun media sosial mereka sebagai media dalam penyebaran informasi telah berhasil dilakukan. Namun ada beberapa hal seperti keterangan diatas yang patut di perbaiki agar dapat berjalan dengan lebih baik lagi.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Saat melakukan penelitian mengenai upaya Penyebaran informasi Pemkab Landak terhadap Kabupaten Landak, penulis menyadari terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam melakukan penulisan ini. Sehingga penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Adapun beberapa keterbatasan itu antara lain ialah:

1. Pada proses pengumpulan data – data untuk mendukung penulisan ini masih sangat minim sebab penulis tidak menemukan semua narasumber yang penulis inginkan untuk mendukung penulisan ini.
2. Sumber data untuk mengetahui peran upaya dalam melakukan penyebaran informasi hanya bisa dapat dilihat di akun media sosial mereka. Penulis memanfaatkan konten – konten mereka sebagai data pendukung dalam penulisan ini
3. Telah bubarnya tim Media Center selaku Badan informasi Pemkab Landak dan anggotanya telah tidak dalam satu instansi atau lembaga lagi, oleh sebab itu susah untuk menemui para narasumber.

4.3 Saran

Berdasarkan temuan data dan analisis yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa saran, diantaranya:

- a. Bagi Media Center Pemkab Landak

Dalam pemanfaatan media sosial dalam menjalankan peran sebagai badan informasi, Media Center Landak memerhatikan pola komunikasi antara pemerintah dengan Masyarakat Kabupaten Landak. Sebagai Badan informasi, Media Center Landak perlu memerhatikan peran sebagai fasilitator komunikasi dalam media sosialnya tidak hanya mengupayakan sebagai sumber informasi untuk masyarakatnya saja. Evaluasi juga penting dilakukan oleh Humas Pemkab Landak berikutnya, sebab evaluasi juga membuat kinerja jauh lebih baik dari sebelumnya. Media Center layak untuk dipertahankan guna menjadi sumber informasi bagi masyarakat Kabupaten Landak. Media Center sebenarnya haruslah di pertahankan sebagai sumber informasi, sebab dalam penyebaran informasi mereka telah baik dalam melakukannya.

b. Bagi Penulis Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menjabarkan hal-hal yang belum ter jelaskan di dalam penelitian ini, sebagaimana yang menjadi keterbatasan penelitian dan adanya variable lain yang mungkin memiliki relevansi dengan penyebaran informasi di instansi Pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Batts, S., Breslin, J., & Winter, S. (2012). *Communication, culture and context: Best practice for working internationally*. Cambridge: Cambridge University.
- Cresweel. (1998). *Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations. 9th ed.* Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjan. (1992) *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. (2000) *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Temprint.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Diambil dari https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E. L. (2010). *Public relations: The profession and the practice*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Lee, M., Neeley, G. and Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations*. London: CRC Press.
- Moleong, L.J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Roksdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purba, B., Banjarmasin, A.R., Kurniullah, A.Z., Handiman, U.T., Setiawan, Y.B., Hastuti, P., Ismail, M., Tanjung, R., Hana, K.F., Fachrudin, S., Jamaludin. (2021). *Pengantar Komunikasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Ruslan, R. (2011). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Bertot, J. C., 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. Doi:10.1108/17506161211214831.

Dozier, D. M. (1984). *Programme evaluation and roles of practitioners*. *Public Relations Review*, 10(2), 13-21.

Dozier, D. M. & Broom, G. M. (1995). Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice. *Journal of Public Relations Research*, 7(1), 3-26. Doi: 10.1207/s1532754xjpr0701_02.

Grunig, J. E. (2006). Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations As a Strategic Management Function. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 151-176. Doi: 10.1207/s1532754xjpr1802_5.

Kriyantono, R. (2017). Do the different terms affect the roles? A case study of excellent public relations practices in Indonesia. *International Journal of Applied Business & Economic Research*, 15(6), 193-209.

Putra, P.P & Mulyana, D. (2020). Aktivitas HUMAS Pemerintah Di Era Industri 4.0. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 6(2), 192-196. Doi: 10.29313/.v6i2.22594.

Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya media sosial, edukasi masyarakat, dan pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6), 529-542. Doi: 10.15408/sjsbs.v7i5.15210.

Shin, J., Heath, R. L., & Lee, J. (2011). A contingency explanation of public relations practitioner leadership styles: Situation and culture. *Journal of Public Relations Research*, 23(2), 167-190. Doi: 10.1080/1062726X.2010.505121.

Siswanto, B, D, L., & Abraham, F, Z. (2016). Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19 (1), 55-68. Doi: 10.20422/jpk.v19i1.64.

Sosiawan, E. A. (2008). Evaluasi Implementasi E-Government Pada Situs Web Pemerintah Daerah Di Indonesia: Prespektif Content Dan Manajemen. *Seminar Nasional Informatika (semnasIF)*, 1 (5), 88-98. Diambil dari <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/view/759>

Internet

Annur, C. M. (2022, 23 Maret). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. *Databoks*. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>.

Ihsanuddin., & Galih, B. (2020, 16 Maret). Jokowi: Kerja Dari Rumah, Belajar Dari Rumah, Ibadah di Rumah perlu digencarkan. *Kompas*. Diambil dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerjadari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan?page=all>.

Kementrian Komunikasi dan Informatika. (2020, 24 April). Sanksi Menanti Penyebar Hoaks Saat Pandemi. *Kominfo*. Diambil dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/26140/sanksi-menanti-penyebar-hoaks-saat-pandemi/0/artikel>.

Pratiwi, Y. R. (2021, 27 September). Peran Media Sosial Pada Instansi Pemerintah. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Diambil dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14257/Peran-Media-Sosial-Pada-Instansi-Pemerintah.html#:~:text=Media%20sosial%20didesain%20untuk%20menjaga,dan%20memberikan%20respon%20dengan%20segera>.

Artikel

Purbo, O. W, *Harian Kompas*, 8 Februari 2010, hlm 6.