ABSTRAK

Skripsi ini atas nama **YUNI KARTIKA, NIM 4318012** yang berjudul **MODEL PENGELOLAAN INSTAGRAM@diskominfodharmasraya SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG KABUPATEN DHARMASRAYA (DITINJAU DARI PERSFEKTIF KOMUNIKASI MASSA)",** pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah(FUAD) Universitas Islam Negri(UIN)Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi. Salah satu bukti kemajuan teknologi yaitu munculnya media informasi populer seperti *Instagram*. kehadiran *Instagram* sangat membantu penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan.tentunya hal ini di manfaatkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam Memberikan informasi kepada masyarakat.Namun peneliti melihat adanya permasalahan yang ditemukan dilapangan yaitu pengelolaan *Instagram* dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Dharmasraya. semenjak *Instagram* dinas kominfo dibuat pada tahun 2018, *Instagram* mengalami fakum/ mati suri pada tahun tersebut sampai akhir tahun 2019,non aktif nya *instagram* dinas kominfo cukup lama kemudian aktif kembali pada awal tahun 2020 dengan dikelola oleh admin *Instagram* baru. Dikelola nya *Instagram* oleh admin baru yang sesuai dengan bidangnya *Instagram* dinas kominfo mengalami kemajuan yang cukup pesat dilihat dari naiknya jumlah *followers Instagram, postingan* setiap hari *update*, tampilan postingan yang menarik, serta pengambilan gambar dan *caption* yang tepat dan jelas. Hal ini lah yang membuat ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji bagaimana model pengelolaan yang diterapkan oleh dinas kominfo melalui *instagram* untuk menyebarkan informasi seputar Dharmasraya kepada masyarakat untuk mencuri perhatian masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Dharmasraya.

Model penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dapat disimpulkan bahwa model pengelolaan yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik melalui *Instagram @diskominfodharmasraya*, ada tiga model diantaranya, model komunikasi Harold Laswell,dimana asumsi dasar teori ini *Who*(siapa), *says what* (berkata apa), *in which channel*(melalui saluran apa), *to whom*(kepada siapa), dan *with what effect*(dengan efek apa). model satu tahap yaitu pesan yang disampaikan melalui media, langsung ditujukan tanpa perantara dan model Komunikasi DeFleur menggambarkan proses komunikasi melalui media massa. Admin Instagram dinas kominfo serta tim pengelolaan *Instagram* lainnya memberikan informasi yang baik dan teliti kepada masyarakat agar mendapatkan respond citra yang positif.

Kata Kunci : Dinas Kominfo, Informasi, *Instagram*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dizaman sekarang teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat, fenomena ini memudahkan masyarakat menggunakan perangkat elektronik salah satunya adalah *Internet*. Aplikasi semakin banyak dan media sosial pun semakin beragam bentuknya. Disebut *new wave technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. *New wave techonology* ini didukung oleh perangkat lainnya seperti Komputer, Laptop, Notebook, Handphone serta akses *internet* murah. Seperti yang sudah dijelaskan diatas salah satu media yang disebut *new wave technology* adalah *internet*.[1]

Internet adalah media komunikasi yang sangat canggih, dijuluki sebagai media komunikasi maya, dimana hampir sebagian besar dari kegiatan manusia di seluruh dunia memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi, sebut saja dalam bekerja di perkantoran,kegiatan Dinas dan lain-lain. Dari serangkaian teknologi yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat.[2] Kelebihan jaringan komunikasi *internet* ini adalah kecepatan mengirim dan memperoleh informasi dan sekaligus juga sebagai

[1]Denis Mc Quail, *teori Komunikasi Massa* (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), hal. 118
[2]John Vivian, *Teori Komunikasi M*

Prenamedia group, 2008), hal. 262

penyedia data. *Internet* juga menjadi penyedia media informasi surat kabar, program film, TV, dan lain sebagainya.[3]

Banyak media yang kita kenal sekarang sedang mengalami konvergengsi ke format digital. Seperti dicatat oleh majalah "*The economist*, industri media yang dahulu terpisah-pisah" kini sedang bergerak menjadi kesatuan yang luar biasa. "Kevin Manay dari *USA Today*, ketika menulis majalah *Quill,* menyatakan sebagai berikut":semua perangkat yang dipakai orang untuk berkomunikasi dan semua jenis komunikasi mulai melebur menjadi satu industri megamedia raksasa. Akibatnya adalah jalur telepon akan memuat acara TV. Televisi kabel akan bisa dipakai untuk telepon. Komputer akan dipakai untuk menonton dan mengedit film. Ponsel berteknologi Komputer akan bisa melakukan panggilan ke majalah interaktif yang mengkombinasikan teks, suara, dan video untuk menyampaikan informasi.[4]

Masyarakat Indonesia sangat senang berkomunikasi melalui media *internet* karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi sehingga terbentuklah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi antara individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, serta -kelompok dengan massa melalui jaringan *internet.* Tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi saja media sosial juga digunakan untuk mengakses informasi, bahkan sudah di sediakan fitur khusus untuk mengakses berita. Berbagai macam media sosial telah tersebar dan digunakan diseluruh dunia dan Indonesia juga seakan tak mau kalah dan terus mengikuti perubahan

[3]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 152

[4]John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2008), hal. 279

media. Terutama media online yaitu media sosial membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial. Dari banyak media sosial itu salah satunya adalah *instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Menurut *wearesocial.com instagram* masuk ke dalam 10 aplikasi media sosial yang terpopuler digunakan di Indonesia.[5]

Instagram berasal dari "*instan*", seperti kamera palaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto *instan*". Sedangkan kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang digunakan untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.[6]*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.

Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan telah mengubah pola-pola *internet* individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, Media tradisional seolah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran *internet* dan media sosial memberikan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka.[7]

---

[5]Difa Nurhasna Ayutiani & Berlian Primadani Satria Putri, Agustus 2018 "*penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner",* Profesi Humas, Vol.3, No.1, http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683/8570 diakses 22 Februari 2022 pukul 09.00 WIB.

[6]https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram diakses 22 februari 2022 pukul 09.30 WIB.

[7]Rulli Nasrullah, *Teori dan riset media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenamedia Grop, 2014), hal.1

Instagram sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Mudahnya cara penggunaan aplikasi *instagram* membuat pengguna menjadikan *instagram* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. saat ini terdapat beberapa akun *instagram* yang memberikan banyak informasi kepada penggunanya seperti *make-up* tutorial, hijab tutorial dan akun tutorial lainnya, dan yang paling menarik adalah akun yang menyediakan informasi cepat atas suatu kejadian di suatu daerah guna untuk mendapatkan informasi secara akurat. *Instagram* dipandang sebagai media sosial yang efek nya luar biasa hebatnya.[8]

Instagram menjadi media yang sangat bagus di era visual ini, sebagai sarana informasi, kebijakan, kekayaan alam, budaya, kuliner, dan segala macamnya tentang kota tersebut. Beberapa kota di Indonesia merespon dengan sangat baik, jika di lihat sekarang hampir seluruh kota di Indonesia memiliki akun *instagram* baik dikelola oleh pemerintahan langsung, instansi, ataupun perorangan di luar pemerintah. Adanya akun kota yang dikelola oleh perseorangan di luar pemerintah dikarenakan masih banyaknya kota di Indonesia yang belum sadar pentingnya media sosial sebagai sarana berbagai informasi sehingga membuat masyarakat mengambil inisiasi untuk itu. Media sosial menurut Dailey adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur, yang terpenting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan

[8]Rulli Nasrullah, *Teori dan riset media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenamedia Grop, 2014), hal.18

berbagi berita, serta mencari informasi dan konten.[9] Namun sebagai penyebar dan penerima informasi hendaknya selalu bersikap hati-hati.

Manusia tidak pernah bisa tanpa berkomunikasi, komunikasi sangat penting dalam kehidupan untuk saling bertukar informasi, pesan, dan pengetahuan. Namun bagaimana etika dalam berkomunikasi sudah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Hujurat ayat 6 dan Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 63 berikut ini:

1. QS. Al Hujurat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Artinya: wahai orang yang beriman! jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan(kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatan mu itu.

2. QS. An Nisa ayat 63:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka

Etika berkomunikasi di dalam surah Al Hujurat ayat 6, secara tegas memerintahkan untuk berhati-hati dalam menerima maupun memberikan

[9]Dailey, (2009), *peculiarietes of social media integration into marketing communications*, Dubuque, IA Brown & Bencmark. Hal. 3

informasi, agar informasi yang disampaikan tidak bersifat *hoax* yang memicu pertengkaran dan permusuhan antar sesama. Begitu pula hal nya dengan berkomunikasi menggunakan media. Media sangatlah kejam jika tidak pandai memakai dan mencernanya. Informasi akan datang dari belahan dunia manapun melalui media, diperlukan tabayun dengan informasi tersebut sebelum menerima informasi. Dalam surah An Nisa ayat 63 tercantum Dari ayat tersebut jelas bahwa kita diperintahkan untuk mengucapkan perkataan yang baik atau mulia karena perkataan yang baik dan benar adalah suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan merupakan bentuk komunikasi yang menyenangkan. Khususnya di Dharmasraya sangat banyak tersebar berita atau informasi yang tidak benar hingga tidak jarang terjadi kesalahpahaman.

Dharmasraya merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Sumatera Barat, yang dikenal dengan kebudayaannya yang masih kental dengan peninggalan-peninggalan bersejarah dari nenek moyang terdahulu. Kabupaten Dharmasraya merupakan pemekaran dari Kabupaten Sawahlunto Sijunjung yang diresmikan pada tanggal 7 januari 2004 oleh Presiden RI secara simbolik di istana Negara. Aktifitas pemerintah telah dimulai sejak dilantiknya pejabat Bupati Dharmasraya pada tanggal 10 januari 2004 dan pada tanggal 12 Agustus 2005 Kabupaten Dharmasraya memiliki Bupati/Wakil Bupati definitif hasil pilkada langsung tahun 2005. Penyelenggara pemerintah daerah adalah seluruh proses kegiatan manajemen pemerintah dan pembangunan daerah yang meliputi

perencanaan, penetapan kebijakan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengawasan pengendalian, pembiayaan, koordinasi, pelestarian, penyempurnaan dan pengembangan. pada kawasan ini dahulunya pernah menjadi ibu kota dan pusat pemerintahan kerajaan Melayu.[10]

Ibu kota Kabupaten Dharmasraya adalah Pulau Punjung. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan UU NO 38 Tahun 2003, Kabupaten Dharmasraya dikenal juga dengan sebutan *ranah cati nan tigo.* Kabupaten Dharmasraya terdiri dari 11 kecamatan, 52 nagari dan 461 jorong. Sebuah Kabupaten yang baru saja mekar, tidak mudah baginya untuk terus maju, namun Kabupaten ini berkembang dengan cepat seperti halnya Kabupaten atau Kota pada umumnya. Salah satunya mengenai kemajuan teknologi. Dalam hal teknologi di Kabupaten Dharmasaraya tidak jauh tertinggal, ini dibuktikan bahwa Kabupaten Dharmasraya cukup aktif di salah satu media *Instagram* untuk memberikan informasi.

Instagram yang di kelola oleh admin pengelolaan sistem informasi bidang komunikasi dan publik Dinas Kominfo Dharmasraya dinamai dengan *@diskominfodharmasraya*. Adapun akun-akun lain yang di dimiliki oleh Dinas Kominfo bagian pengelolaan sistem informasi adalah *tik tok, facebook, twitter dan ppid.* Semua ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Dharmasraya, namun diantara banyaknya akun yang dikelola oleh admin pengelolaan sistem informasi Dinas

[10]https://dharmasraya.go.iddiakses pada 04 april,2021, 9.30 WIB)

Kominfo Dharmasraya menjadikan *instagram* sebagai salah satu akun yang difokusi pada saat ini.

Melihat perkembangan dari *instagram* sendiri cukup banyak mendapat perhatian dari masyarakat Dharmasraya. *Instagram* yang mempunyai *share-post* ke media sosial lain menjadikan *@diskominfodharmasraya* lebih sering mengunggah postingannya di *instagram*, sebab lebih cepat dan mudah. Akun *instagram@diskominfodharmasraya* memposting informasi seputar Kabupaten Dharmasraya seperti kegiatan Bupati, Wakil Bupati, kegiatan Dinas Kominfo serta kegiatan Dinas lainnya yang berada di Dharmasraya. Selain itu baru-baru ini *@diskominfodharmasraya* memposting informasi *update* seperti tanggal-tanggal yang bersejarah (peduli sampah nasional, hari pahlawan, dan lainnya), juga informasi peristiwa kecelakaan yang terjadi di Dharmasraya serta informasi *up date* lainnya.*@diskominfodharmasraya* sudah aktif memposting informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Dharmasraya baik itu melalui *feed* maupun *instastory* sehingga mampu menaikkan jumlah *followers @diskominfodha rmasraya*. Pengikut dari *@diskominfodharmasraya* ini berupa orang Dharmasraya dan non Dharmasraya. Setiap hari juga selalu ada *followers* yang menandai akun *@diskominfodharmasraya* dalam foto maupun *instastory* sehingga konten juga selalu *update*. [11]

[11]Wawancara Dengan Fergiyandi A.Md Staf Pengelola Teknologi Dan Informasi, 17 Januari 2022,10.00 WIB.

@diskominfodharmasraya mulai aktif pada awal tahun 2020, hal ini diakui oleh admin dari media *instagram @diskomnfodharmasraya.@diskominfodharmasraya* dibuat pada pertengahan tahun 2018. Tujuan awal dibuatnya *instagram* ini untuk memberikan informasi terbaru kepada masyarakat, namun dari admin *instagram* sendiri tidak mampu mengelola dengan baik sehingga akun *Instagram @diskominfodharmasraya* tidak dikenal dan tidak mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat itu, sulitnya mendapatkan informasi menjadi salah satu faktor penghambat bagi admin *Instagram @diskominfodharmasraya*. Didasari hal tersebut admin *instagram @diskominfodharmasraya* menonaktifkan sementara akun milik dinas Kominfo.Pada pertengahan tahun 2018 sampai pertengahan tahun 2019 *instagram @diskominfodharmasaraya* digunakan para staf pengelola sistem informasi hanya untuk menstalking dan aktif hanya untuk mencari akun *instagram* milik pribadi orang lain tidak lagi menyajikan informasi terbaru, serta dalam bentuk pengemasan informasinya pun sangat tidak menarik pembaca. Melihat hal ini pada awal tahun 2020 sampai akhir tahun 2021 *instagram* sudah mendapatkan cukup banyak peminat.akun *instagram* milik Dinas Kominfo Dharmasraya *@diskominfodharmasraya* kembali diaktifkan oleh admin baru yang cukup ahli di bidangnya. Kinerja dari admin baru akun *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya *@diskominfodharmasraya* ini terbilang cukup bagus. dibuktikan dengan naikknya jumlah *followers* dari ratusan mencapai ribuan, serta dalam bentuk

pengemasan penyajian informasi di akun *@diskominfodharmasraya* juga sudah menarik sehingga *instagram @diskominfodharmasraya* mampu mencuri perhatian masyarakat Dharmasraya Maupun Non Dharmasraya.[12]

@diskominfodharmasraya mengalami perkembangan yang signifikan dalam waktu yang singkat mampu mencuri perhatian masyarakat Dharmasraya sehingga akun *Instagram* resmi pemerintahan pun mendapatkan satu nilai positif ditengah masyarakat. model yang diterapkan oleh admin baru *Instagram* dinas kominfo tentunya jauh berbeda dengan model pengelolaan admin dahulunya. Berdasarkan hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Model Pengelolaan *Instagram @DiskominfoDharmasraya* Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Dharmasraya (Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Massa)**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan persoalan di atas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut: model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasaya* sebagai media informasi tentang kabupaten Dharmasraya (ditinjau dari perspektif komunikasi massa)

C. Rumusan Masalah

[12]Wawancara dengan Fergiyandi A.Md staf pengelola teknologi dan informasi, 23 Maret 2022, 14.00 WIB.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian bagaimana model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasraya* sebagai media informasi tentang Kabupaten Dharmasraya (ditinjau dari perpektif komunikasi massa)

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang peneliti rumuskan, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah: untuk mengetahui bagaimana model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasraya* sebagai media informasi tentang Kabupaten Dharmasraya (ditinjau dari perspektif Komunikasi massa)

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

   hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian ini dibidang disiplin ilmu komunikasi. Serta diharapkan mampu menjadi acuan penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi.

2. Bagi Mahasiswa

   a. Dapat mengetahui praktek dari teori-teori yang selama ini dipelajari di bangku kuliah

   b. Menambah pengetahuan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja

   c. Menambah ilmu lapangan yang tidak di peroleh dilembaga pendidikan

3. Bagi UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
    a. Dapat menjalin hubungan baik dan kerja sama dengan kominfo Dharmasraya untuk generasi selanjutnya
    b. Merupakan salah satu evaluasi dari pemahaman materi yang telah dikuasai oleh mahasiswa
    c. Memperoleh informasi dari kominfo Dharmasraya mengenai lapangan pekerjaan dan informasi lainnya
4. Bagi kominfo Dharmasraya
    a. Sebagai sarana pengabdian pada masyarakat dan Negara khususnya dibidang pendidikan dalam mencerdaskan anak bangsa
    b. Sebagai media yang dapat membantu para staf dalama melaksanakan pekerjaan agar lebih mudah dan ringan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka
5. Manfaat teoritis
    a. Sebagai bahan informasi yang diharapkan akan bermanfaat untuk penelitian lanjutan bagi peneliti atau pihak lainnya
    b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapatkan selama proses perkuliahan dengan fakta yang terjadi dilapangan
6. Manfaat Praktis

    Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa strategi pengelolaan media sosial instagram sebagai media informasi sebuah kota

F. Penjelasan Judul

Berikut penjelasan judul yang akan peneliti teliti:model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasraya* sebagai media informasi tentang Kabupaten Dharmasraya (ditinjau dari perspektif komunikasi massa)

1. Model

   Model adalah representasi dari suatu objek,benda,atau ide-ide dalam bentuk yang disederhanakan dari kondisi atau fenomena alam. Model berisi informasi-informasi tentang suatu fenomena yang dibuat dengan tujuan untuk mempelajari fenomena sistem yang sebenarnya.[13]

   Menurut Deutsch dalam Severin dan Tankard model adalah struktur simbol dan aturan kerja yang diharapkan selaras dengan serangkaian poin yang relevan dalam struktur atau proses yag ada. model sangat vital untuk memahami proses yang lebih kompleks, jadi berdasarkan pandangan Deutsch, model merupakan struktur simbol dalam sebuah proses guna memahami proses yang sifatnya kompleks.[14]

2. Pengelolaan

   Menurut Suharsimi arikunta pengelolan adalah subtantifa dari mengelola,sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulaidari penyusunan data,merencana,mengorganisasikan,melaksanakan ,sampai dengan pengawasan dan penilaian.[15]

3. Informasi

---

[13]Sarliaji Cayaray, *model layanan perpustakaan sekolah luar biasa*, Universitas Pendidikan Indonesia, repository.upi.edu, 2014, hal.

[14] Bambang, *perbedaan model dan teori dalam ilmu komunikasi*, Humaniora, Vol. 5 No.2 Oktober 2014, hal. 1154

[15] Suharsimi arikunta, *pengelolaan kelas dan siswa*, (Jakarta : CV. Rajawali, 1998), hal. 8

Informasi adalah sesuatu yang sangat penting dan sangat dibutuhkan oleh semua orang. Melalui informasi semua orang dapat mengetahui yang sedang terjadi didunia. Tanpa adanya informasi, maka segala aspek yang ada tidak akan berjalan dengan baik. Informasi dan manusia merupakan kedua hal yang saling berkaitan karena informasi dapat diciptakan oleh manusia dan dapat dihapus pula oleh manusia.[16]

4. Kominfo

Dinas komunikasi dan informatika merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan di bidang persandian, dan urusan pemerintahan di bidang statistic yang dipimpin oleh dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui sekretaris daerah.

5. Media sosial

Media sosial adalah wujud dari perkembangan teknologi berbasis internet, yang memberi kemudahan bagi Setiap penggunanya untuk berkomunikasi , berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah hubungan atau jaringan online.[17]

Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, dengan menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah dan scalable. Boyd memaparkan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan

[16]Imas permasih, Yusuf Zaenal abidin, *pengelolaan media sosial instagram humas pemerintahan provinsi jawa barat*, jurnal ilmu hubungan Masyarakat, Vol 3, No.1, 2018, hal.32

[17]Dan zareella, *the social marketing book.* (Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta 2010), hal. 23

dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user generatedcontent (UGC) atau interaksi konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan ulah editor, atau sebagaimana di instansi media massa.[18]

Berdasarkan penjelasan judul di atas yang dimaksud dari penelitian ini adalah mengungkap bagaimana model pengelolaan dari akun *Instagram* milik Dinas Komunikasi Informatika Kabupaten Dharmasraya sebagai fasilitator komunikasi dalam menginformasikan berita ataupun peristiwa yang hangat terjadi di tengah masyarakat Dharmasraya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyusunan pada penelitian ini maka dibuat sistematika penulisan, sebagai berikut :

BAB I **:** Membahas tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batassan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pejelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II **:** Membahas tentang tinjauan pustaka yang terdiri dari tinjauan tentang informasi, tinjauan tentang instagram dan tinjauan teori komunikasi.

BAB III **:** Membahas tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, Sumber data, informan penelitian, teknik

[18]Riya widayanti, " *pemanfaatan media sosial untuk penyebaran informasi kegiatan sekolah menengah kejuruan pasundan tenggerang*", jurnal : abdimas. Vol.1 no 2 (maret 2015)

pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

BAB IV **:** Membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari profil Kabupaten Dharmasraya, visi-misi Dinas Kominfo Dharmasraya, Struktur Dinas Kominfo Dharmasraya Bidang Pengelolaan sistem informasi, model pengelolaan *instagram @diskominfodharmas raya* sebagai media informasi tentang Kabupaten Dharmasraya,(ditinjau dari persfektif komunikasi massa)

BAB V **:** Membahas tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang terkait hasil penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Informasi

1. Pengertian informasi secara etimologi

Secara etimologi, informasi berasal dari bahasa prancis *informacion* yang memiliki arti konsep, ide, atau garis besar. Informasi sendiri merupakan kata

benda yang berarti aktivitas dalam pengetahuan yang dikomunikasikan. Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya informasi akan di proses terlebih dahulu agar penerima mudah memahami informasi yang diberikan.[19] Informasi adalah data yang diperoleh menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya. [20]

Adapun Pengertian Informasi Menurut Para Ahli Sebagai Berikut:

a. Burch And Starter**,** informasi adalah pengumpulan dan pengolahan data untuk memberikan pengetahuan atau keterangan.
b. The Liang Gie,informasi adalah rangkaian perkataan, kalimat, gambar, atau tanda tulis lainnya yang mengandung perngertian buah pikiran atau pengetahuan apapun yang dapat dipergunakan oleh pimpinan organisasi untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat berdasarkan kenyataan yang ada.
c. Anggraeni dan Irviani**,** informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima.
d. Gordon B Davis, inform 18 ah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata yang dapat dirasakan dalam keputusan –keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang.[21]

[19]Rini asmara, jurnal j-click. Vol. 3 No. 2 desember 2016

[20]Elisabet Yunaeti Anggraeni Dan Rita Irviani, *Pengantar System Informasi*, (Yogyakarta: CV andi offset), hal. 1

[21]Al-Bahra Bin Ladjamudin, *Analisis Dan Desain Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Hal. 8-9

e. Jogiyanto HM,informasi adalah hasil dari pengambilan data dalam bentuk yang lebih berguna bagi yang menggambarkan pristiwa nyata untuk digunakan dalam pengambilan keputusan.

2. Ciri-ciri informasi

a. Tepat Waktu *(Timely*): penerimaan informasi dalam kerangka waktu yang diperlukan oleh penerima

b. Ketelitian *(Precision)*: pengukuran secara rinci digunakan dalam menentukn informasi

c. Ketepatan *(Accuracy)*: derajat ketiadaan kesalahan dalam informasi

d. Mampu memenuhi syarat *(Quantifiable)*: kemampuan untuk menyatakan informasi secara numeric

e. Mampu menguji *(Veriable)*: derajat consensus yang dicapai diantara berbagai pengguna yang menguji informasi yang sama

f. Dapat diperoleh *(Accessible*) : aman dan cepat yang mana informasi dapat diperoleh

g. Kebebasan dari bias (*freedom from bias*) : ketiadaan maksud untuk mengubah atau memodifikasi informasi untuk mempengaruhi penerima

h. Komprehensif (*Comprhensive*) : kelengkapan informasi

i. Kelayakan (*Appropriateness*) : bagaimana baiknya informasi berhubungan dengan kebutuhan pengguna

j. Kejelasan (*Clarity*) : derajata untuk mana informasi bebas dari kemenduaan [22]

[22]Burch, *information Systems: teory and practice*, hal. 6

3. Jenis-jenis informasi

Jenis-jenis informasi diantaranya sebagai berikut :

a. Informasi nyata atau faktual adalah informasi yang hanya berhubungan dengan fakta. Biasanya, jenis informasi ini jarang memberikan latar belakang yang mendalam tentang suatu topik tertentu.

b. informasi analisis ialah sebuah informasi yang biasanya dihasilkan peneliti dalam studi tertentu.

c. informasi subjektif adalah informasi yang hanya dilihat dari satu sudut pandang. Biasanya, informasi ini berisi tentang pendapat atau argumentasi dari pihak tertentu.

d. informasi objektif merupakan informasi yang dapat dipahami dari berbagai sudut pandang.

4. Fungsi informasi

Adapun beberapa fungsi informasi adalah sebagai berikut:

a. Sumber Pengetahuan

Informasi menyediakan peristiwa dan kondisi dalam masyarakat tertentu, menunjukkan hubungan kekuasaan, serta memudahkan berbagai macam inovasi. Dengan begitu, masyarakat umum bisa memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingannya dan sebagai sumber pengetahuan baru.

b. Fungsi Memengaruhi

Fungsi informasi berikutnya ialah untuk memengaruhi khalayak. Banyak masyarakat yang terpengaruh oleh informasi yang diberikan media massa, baik artikel maupun iklan-iklan yang sering ditayangkan.

Menurut De Vito, fungsi memengaruhi dianggap paling penting dalam komunikasi massa.

Di samping itu, fungsi memengaruhi sendiri bisa muncul dari beragam bentuk, yakini memperkenalkan etika, menggerakkan seseorang, mengubah sikap, serta memperkuat sikap. Dengan begitu, informasi memiliki peran penting dalam mengubah keadaan suatu masyarakat.[23]

Secara garis besar fungsi utama dari informasi adalah menambah pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian pemakai informasi. informasi yang disampaikan merupakan hasil dari data yang dimasukkan kedalam pengolahan. Akan tetapi dalam kebanyakan pengambilan keputusan yang kompleks, informasi hanya dapat menambah kemungkinan kepastian atau mengurangi bermacam pilihan. Informasi yang disediakan bagi pengambil keputusan memberikan suatu kemungkinan faktor resiko pada tingkat-tingkat pendapatan yang berbeda.[24]

5. Media Informasi

Adapun media-media informasi adalah sebagai berikut :

a. Koran, Koran adalah medium massa bagi orang untuk memperoleh informasi. Industri Koran mengungguli media berita lain di hampir segala aspek. Satu dari tiga orang Amerika membaca Koran setiap hari, jauh lebih banyak ketimbang orang yang menonton berita

[23]Somad, Rismi, Dan Priansa, Donni Juni Manajemen Komunikasi: Mengembangkan Bisnis Berorentasi (Bandung: Alfabeta 2014), Hal. 117

[24]Tata Sutabri, *Anaslisa Sistem Informasi*, (Yogyakarta; ANDI,2004), Hal. 17-19

televise sore hari. Data nya cukup mengejutkan sekitar 1.570 Koran harian menerbitkan 52,4 juta eksemplar setiap harinya, dan belum termasuk Koran mingguan. [25]

b. Radio, radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio dijadikan sebagai media informasi karena keunggulan-keungulan yang dimilikinya diantaranya berada dimana saja, di tempat tidur, di dapur, di kantor, di mobil, dll. selain itu radio juga memiliki kemampuan menjual bagi pengiklanan yang produknya dirancang khusus untuk khalayak tertentu.[26]

c. Televisi, televisi adalah media komunikasi yang paling popular karena sifatnya yang audio visual. Di Amerika rata-rata disetel 7 jam sehari. Televisi termasuk salah satu media informasi dikarenakan pada zaman dahulu sampai sekarang menyajikan informasi-informasi yang disajikan dalam bentuk yang berbeda, bisa saja dalam bentuk film, iklan, berita, dan lainnya.[27]

d. Majalah, sejarah keberadaan majalah sebagai media massa di Indonesia dimulai menjelang dan pada awal kemerdekaan inidonesia. Di Jakarta pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama Pantja Raja Pimpinan Markoem Djojohadisoeparto (MD) dengan prakata dari Ki Hadjar Dewantoro selaku menteri pendidikan pertama

---

[25] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Prenamedia Group, 2008), Hal. 71

[26] Elvinaro Ardianto, *komunikasi massa*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2014), hal. 123

[27] Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 50

RI.[28]Sekarang, seperti yang telah terjadi di sepanjang sejarahnya, majalah-majalah besar merupakan medium massa yang mempengaruhi kultur AS secara nasional. [29]

e. Surat Kabar, surat kabar merupakan media yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa yang lainnya. Sejarah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak pertama kali oleh Johan Guternbeg di Jerman. Diindonesia surat kabar pertama kali diterbitkan tahun 1828 di Jakarta. Surat kabar berbahasa Melayu ada pada tahun 1885 seperti Bintang Barat, Hindia Nederland, Dinihari, Bintang Djohar.[30]

f. Gadget, gadget adalah sebuah perangkat kecil yang memiliki fungsi khusus yang berkaitan dengan perkembangan teknologi masa kini. Terdaapat beberapa kategori gadget, antara lain smartphone, laptop, tablet, kamera komputer dan lain-lain. Perkemabngan teknologi sudah meningkat sangat pesat, pada abad 21 teknologi sudah dibutuhkan untuk media pendidikan dan media informasi.[31]

6. Sistem informasi

a. Pengertian sistem informasi

Sistem adalah kumpulan orang yang saling bekerja sama dengan ketentuan-ketentuan aturan yang sistematis dan terstruktur

[28]Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2014), hal. 117

[29]John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2008), hal. 107

[30]Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 47

[31] Yulia Saputri, *Optimasi Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak*, jurnal inovasi penelitian ilmiah, Vol.1 No.8 Januari 2021, hal. 1703

untuk membentuk satu kesatuan yang melaksanakan suatu fungsi untuk mencapai tujuan. Sedangkan informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna dan berarti bagi penerimanya. Serta untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan mengenai suatu keadaan. Dalam artian lain system merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen yang membentuk satu kesatuan.[32]

Informasi adalah suatu pertambahan dalam ilmu pengetahuan yang menyumbangkan kepada konsep kerangka kerja yang umum dan fakta-fakta yang diketahui. Informasi bertumpu pada konteks dan pengetahuan umum si penerima untuk kepentingannya.Sistem informasi merupakan suatu kombinasi teratur dari orang-orang, hardware, software, jaringan komunikasi dan sumber daya data yang mengumpulakan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi. [33]

b. Jenis-jenis sistem informasi

Menurut pendapat Nuggroho jenis-jenis informasi adalah sebagai berikut:

1) Transaction Processing System (TPS)

TransactionProcessing System merupakan system informasi yang digunakan untuk transaksi bisnis yang rutin seperti daftar gaji

[32]Jaluanto Sunu Punjul Tyoso, *Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish Group Penerbitan Budi Utama, 2016), Hal. 2

[33]Jaluanto Sunu Punjul Tyoso, *Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish Group Penerbitan Budi Utama, 2016), Hal. 21

dan inventarisasi yang terkomputerisasi berdasarkan data-data yang diproses dalam jumlah yang besar

1) *Office Automation System (OAS) Dan Knowledge Work System* (KWS)

Merupakan system informasi yang mendukung pekerja data dari segi anaisis informasi untuk ditransformasikan dengan cara-cara tertentu sebelum kemudian dibagikan atau disebarluaskan secara menyeluruh dengan organisasi maupun pengetahuan baru bagi pengguna dan masyarakat.

2) System informasi manajamen (SIM)

Suatu system yang menyediakan informasi bagi semua tingkatan dalam organisasi atau perusahaan tersebut dengan penggunaannya dapat dilakukan kapan saja.

3) *Decision Support System*(DSS)

Decision support system adalah bagian dari system informasi yang terkomputerisasi pada level yang lebih tinggi sebagai system yang menekankan pada fungsi dukungan pembuatan keputusan yang actual. System ini sangat cocok untuk orang-orang atau kelompok yang bergantung pada basis data sumber data.[34]

c. **Komponen sistem informasi**

Komponen-komponen dari sistem informasi adalah sebagai berikut[35]:

---

[34] Acai Sudirman, *Sistem Informasi Manajemen,* (Medan: Yayasan kita menulis,2020), hal. 3

[35]Acai Sudirman, *Sistem Informasi Manajemen,* (Medan :Yayasan kita menulis,2020), hal.16

1. Komponen input, adalah data yang masuk ke dalam sistem informasi
2. Komponen model, adalah kombinasi prosedur, logika dan model matematika yang memproses data yang tersimpan dibasis data dengan cara yang sudah ditentukan untuk menghasilkan keluran yang diinginkan.
3. Komponen output, adalah hasil informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.
4. Komponen teknologi, adalah alat dalam sistem informasi, teknologi digunakan dalam menerima input, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan output dan memantau pengendalian sistem.
5. Komponen basis data, adalah kumpuln data yang saling berhubungan yang tersimpan didalam computer dengan menggunakan software database.
6. Komponen control, adalah komponen yang mengendalikan gangguan terhadap sistem informasi.
7. Orang, perangkata keras, perangkat lunak, data, dan jaringan adalah lima sumber daya dasar system infnormasi

B. Tinjauan Tentang *Instagram*

1. Pengertian *Instagram*

Instagram berasal dari kata *"instan*", seperti kamera palaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto *instan*". Sedangkan kata

"*gram*" berasal dari kata "*telegram*" cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. [36]

Menurut Bambang *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang termasuk dari salah satu media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.[37]

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang popular dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*). secara sederhana dapat didefenisikan sebagai aplikasi mobile berbasis ios, android dan windows phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit, dan memposting foto atau video ke halaman utama *instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto dan video yang dibagikan nantinya akan terpampang jelas di *feed* pengguna lain yang merupakan *follower* anda. Sistem pertemanan di *instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*.*Following* berarti anda mengikuti pengguna lain dan sebaliknya *follower* adalah pengguna lain yang mengikuti akun anda. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara

[36]Muhammad Nurul Fahmi, *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hokum Islam, Jurnal Studi Islam,* Vol.1, No. 1, 2019, Hal. 5

[37]Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel, (Jakarta: Media Kita, 2012), Hal. 10

memberikan komentar dan merespon suka atau tombol love terhadap foto dan video yang dibagikan. [38]

2. Sejarah *instagram*

Instagram awalnya dikembangkann untuk platform ios oleh startup bernama burbn, inc yang dimotori oleh Kevin systrom dan Mike Krieger pada 6 oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner instagram. Kevin Systrom tumbuh didaerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari Stanford University pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Lalu bergabung di Google selama dua tahun dengan tugas mengurus Gmail dan kemudian bekerja di tim pengembangan Korporat. Dengan aktivitas nya yang banyak berkecimpung di media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan *startup* teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemograman. Dia melihat potensi *mobile* dan ledakan besar *App* yang focus pada *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun kedalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com.[39]

Kisah *Instagram* bukan hanya tentang Kevin Systrom, seperti yang sering terjadi, ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal di public, Mike Krieger adalah ruh dari *App*-nya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di Stanford University. Dia jenis insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain

[38]Miliza Ghazali, *buat duit dengan Facebook dan Instagram : panduan menjana pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publshing House , 2016), hal. 8

[39]George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App : temukan rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tanggerang: Gemilang, 2016), hal.91

dan kreatifitas yang kuat. Dia bergabung dengan Startup Superhot Meeb, sebuah platform chat berbasis mesin jelajah yang popularitasnya meledak. Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. [40]dari keinginan tersebut, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama membuat keduanya tidak banyak mengalami kesulitan. Dimana Kevin tahu dengan masuknya Mike ke dalam kapal, mereka akan merencanakan sesuatu yang benar-benar berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu apa yang dilakukan oleh Burbn.com, sebuah aplikasi yang telah dikembangkannya beberapa waktu yang lalu. Dengan bantuan pemikiran kekasihnya Nicole, Instagram diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia meraih sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya bulan Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta.

Kevin Systrom dan Mike Krieger meneruskan eksekusi dan focus dengan sangat bagus.mereka berkutat penuh pada satu platform tunggal, I phone, dan melakukan satu hal tunggal, yakni berbagi foto. Twiterr dan Facebook mengikuti pertumbuhan instagram dengan penuh minat dan kecemasan. Pertumbuhan semacam itu merupakkan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011, keadaan mulai memanas bagi instagram. Pada beberapa bulan sebelumnya, basis penggunaannya berlipat ganda menjadi 30 juta dan versi Android siap-siap diluncurkan. Perkembangan instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan

[40]George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App : temukan rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tanggerang: Gemilang, 2016), hal.93

kepopuleran instagram yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis.[41]

Trend *instagram* merupakan sebuah cara marketing yang memakai produk sebabagai sarana komunikasinya. Kelebihan instagram adalah memakai partisipasi public sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui Twitter atau Facebook. Artinya, partisipasi pengguna instagram yang fanatic dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan.[42]

Peluncuran *instagram* pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna instagram dengan cepat meningkat menjadi satu juta orang. Pada 3 april 2012, *instagram* resmi rilis untuk sistem operasi android, aplikasi media sosial ini berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari.[43] Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga 1 miliar dollar, akusisi itu terjadi pada tanggal 9 april 2012.

3. Keunggulan *Instagram*

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling mudah digunakan. Beberapa keunggulan *instagram* adalah sebagai berikut[44].

---

[41]Disadurberdasarkanarticle(http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23/perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-instagram/diakses22februari 2022 pukul 20.30 WIB.)

[42]Handoko Hendroyono *Brand Gardener*, (Tanggerang: Literati, 2012), hal. 283

[43]Geoff Desreumaux, *"the complete history of instagram"* https://wersm.com /the-complete-history-of-instagram/prettyphoto diakses 12 januari 2022 pukul 10.00 WIB.

[44]Mathew sugiarto, *instagram marketing*, (Jakarta selatan: PT pengembang lintas pengetahuan 2018), hal. 13

a. Mudah di pahami

Semua orang dari kalangan mana saja dapat membagikan foto dan video dengan orang lain dengan sangat mudah dan kurun waktu yang singkat. Gambar adalah bahasa universal, sehingga mudah untuk cepat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

b. Waktu tayang 24 jam

Instagram aktif 24 jam penuh, jadi Setiap konten yang diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimanapun mereka berada oleh pengguna lain maupun oleh pengguna itu sendiri.

c. Kemudahan penggunaan

Tampilan dan penggunaan *instagram* sangat mudah dipahami dibandingkan dengan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup scroll layar untuk melihat foto baru, double tab untuk melakukan like, tekan komentar jika ingin mengomentari foto atau video pengguna lain, tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

d. Mudah menyampaikan hal baru

Rasa keingintahuan masyarkat Indonesia yang sangat tinggi tentang sesuatu hal yang baru dan terbaru salah satu alasan *instagram* lebih menonjolkan gambar dari pada teks untuk menyampaikan produk baru dengan dengan konsep unik agar mudah dipahami.

4. **Fitur-fitur *instagram***

instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik *instagram* sendiri, *instagram* memiliki fitur-fitur antara lain adalah :

a. *Home page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse dikomputer.

b. *News feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *instagram*. Menu ini akan menampilkan pemberitahuan yang berkaitan dengan akun. Seperti orang yang meminta pertemanan, orang yang menerima permintaan pertemanan. Orang yang menyukai atau yang komentar di foto dan juga menandai serta menyebut (*mention*) di status maupun di akun pengguna lain.

c. *Explore*

Merupakan tampilan dari foto-foto popular yang paling banyak disukai oleh pengguna *instagram*. *Instagram* menggunakan algoritma rahasia untuk menggunakan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore* effect.

d. *Profile*

Profile pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profile milik akun pribadi maupun sesama pengguna lainnya seperti nama lengkap, alamat, tempat kuliah, motto hidup yang sering dicantumkan di profile instagram pengguna. Halaman profile bisa diakses melalui ikon kartu nama dimenu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *Take photo*

Tombol ini berfungsi untuk mengupload gambar, foto, dan juga video. Menu ini mirip menu status pada facebook. Di instagram anda tidak bisa membuat status berupa teks saja. Beda halnya di sertai dengan gambar atau video maka tombol untuk menulis teks akan muncul secara otomatis. Sebab *Instagram* adalah media visual.

f. *Caption*

Caption adalah keterangan yang terkait dengan foto dan video yang di unggah di *instagram.*

g. *Instagram Story*

Instagram Story adalah fitur yag ditawarkan untuk mengunggah foto atau video dalam 15 detik namun hanya bertahan 24 jam setelah melewati kurun waktu tersebut maka foto atau video yang diunggah akan hilang dengan sendirinya.

h. *Arroba*

Seperti twitter dan facebook, instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunaannya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan

menambahkan tanda arroba (@) dan memassukkan nama akun *instagram* dari pengguna tersebut. [45]

i. *Direct message*

Direct message adalah fitur *instagram* yang berfungsi untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain.[46]

j. *Instagram TV*

Instagram tv adalah fitur untuk mengunggah video yang berdurasi lebih dari satu menit. Tampilan *instagram* sangat sederhana dan mudah dimengerti. Sehingga orang awam pun akan mudah menelusuri tiap menunya. Kesederhanaan dan tampilan cantik ini adalah salah satu resep sukses *instagram*. Aplikasi ini hanya punya lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu: *home page, explore, take photo, news feed, dan profile.*

Instagram begitu disukai oleh masyarakat Indonesia karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto ditambah dengan adanya filter *aeshthetic* yang menarik. *Instagram* memberikan cara baru berkomunikasi dijejaring sosial melalui foto.[47] Dalam hal ini, *instagram* bersifat real time. Hampir Setiap detik terus ribuan bahkan jutaan foto disebarkan. Instagram dapat diakses Setiap waktu sesuai kehendak

---

[45]Phil Gonzales, *Instagram 6.0 (English): How To Use Hastags In Instagram, Instagramers,* 31 Januari 2011.

[46]M. Fachri Syahreza Dan Irwan Syari Tanjung, *"Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*", Jurnal Interaksi, 1 (Januari 2018), hal. 72-73

[47]Bambang Dwi Atmoko, *Instagram handbook*, hal.28

pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri.

Hadirnya *instagram* sebagai media atau juga perantara antara komunikator dengan komunikan, konsep pertukaran informasi bisa lebih kuat. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sudah ditentukan dengan tujuan agar lebih fokus. Dengan fokus kepada *instagram* disertai dengan fitur-fiturnya, akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan. Juga sebagai salah satu cara untuk bertukar informasi antar pengguna *instagram* itu sendiri. Sebagai contoh, apabila sebuah unggahan dalam caption diberi hastag #Dharmasraya, ruang lingkup dari interaksi yang dilakukan tentang Dharmasraya tersebut. Atau juga sebuah akun bisa berinteraksi dengan akun pengguna yang telah di ikuti.

C. Tinjauan tentang Teori

1. Teori Komunikasi Massa

a. Pengertian Teori Komunikasi Massa

Secara umum teori adalah sistem konsep abstraks dengan indikasi hubungan antara konsep-konsep ini yang membantu kita untuk memahami suatu fenomena. [48]

Komunikasi massa merupakan salah satu bagian dari berbagai tipe komunikasi yang terjadi diantara manusia (human *communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakan alat-alat mekanik yang mampu

[48]Alip yog Kunandar, *memahami Teori-Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Galuh Patria ,2019), hal. 15

melipagandakan pesan-pesan komunikasi. Didadam sejarahnya publiishtik dimulai satu setengah abad setelah ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg. [49]

Secara etimologi, istilah komunikasi massa kita adopsi dari istilah bahasa inggris "*mass communication*", kependekan dari *mass media communication*(komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau dapat juga diartikan sebagai komunikasi yang *mass mediated*.[50]

Pengertian Komunikasi massa menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1) Defenisi Komunikasi massa menurut Bittner komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang jika tidak menggunakan media massa makan itu tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa.
2) Defenisi komunikasi massa menurut Gebner yang adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia.
3) Defenisi Komunikasi Massa menurut Meletzke adalah setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui

[49]Yuni Mogot, *Manajemen surat kabar*, (Jakarta: Prenada Media group, 2003), hal. 1
[50]Yuni Mogot, *Manajemen surat kabar*, (Jakarta: Prenada Media group, 2003), hal. 1

media penyebaran teknis yang dilakukan secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar.[51]

b. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa. Baik media audio visual maupun media cetak.

Adapun cirri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1) Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu saja. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, pristiwa atau opini.

2) Komunikannya anonym dan heterogen

Pada komunikasi antarpersonal komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa komunikator tidak mengenal komunikan, karena komunikasi menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Disamping anonym, komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari beragai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi. [52]

[51]Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hal. 2
[52]Yuni Mogot, *Manajemen Surat Kabar*, (Jakarta: Prenada Media group, 2003), hal. 1

3) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang sama memperoleh pesan yang sama. [53]

4) Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan, dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu sementara rahmat menyebutkan sebagai proporsi unsure isi dan unsur hubungan.

5) Komunikasi Massa yang bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa ada juga cirri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya dkarena komunikasinya melalui media massa yang bersifat satu arah, komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

[53]Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hal.4

6) Stimulasi alat indra yang terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indra yang terbatas, dalam komunikasimassa stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat pada radio siaran dan rekaman auditif hanya mendengar, sedangkan pada media televise dan film menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

7) Umpan Balik tertunda dan tidak langsung

Dalam dunia komunikasi komponen umpan balik atau yang lebih popular disebut dengan feed back merupakan faktor penting dalam proses komunikasi begitu pula dengan komunikasi sering kali dibutuhkan guna mendapat feedback yang disampaikan oleh komunikasinya

Umpan balik sebagai respin memounya volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. [54]

Ciri-ciri komunikai massa menurut Harold Laswell dn Charles Wright adalah:

1) *Large*, yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa berjumlah banyak, merupakan individu-individu yang terbesar dalam berbagai lokasi

[54]Khomsahrial Romli, *Komunikasi massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hal.4

2) *Heterogen*, yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, beragam dalam hal pekerjaan, umur, jens kelamin, agama, etnis,dan sebagainya

3) *Anonim,* yaitu anggota-anggota dari mass audience umumnya tidak saling mengenal secara pribadi dengan komunikatornya[55]

c. Teori Komunikasi Massa

Pembahasan berikut ini adalah teori komunikasi massa yang bernuansa teori efek media. Menurut Straubhaar dan Larose, di samping mengkaji tentang apa saja efek media terhadap manusia, para peneliti juga membuktikan bagaimana peranan media terhadap manusia secara psikis.

1. Teori Peluru (Jarum Hipodermik)

Teori ini di tampilkan tahun 1950–an setelah pristiwa penyiaran kaleidoskop stasiun radio siaran CBS di Amerika berjudul *the invansion from mars.* Teori ini mengasumsikan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat perkasa, dan komunikan di anggap pasif atau tidak tahu apa-apa. Teori ini mengasumsikan bahwa

[55]Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), Hal. 3-4

sorang komunikator dapat menembakan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya (pasif).[56]

Lazarsfeld mengatakan bahwa jika khalayak diterpa peluru komunikasi, maka khalayak tidak jatuh terjermbab, karena kadang-kadang peluru itu tidak menembus. Adakalanya pula efek yang timbul berlinan dengan tujuan si penembak. Sedangkan Hovland mengatakan bahwa pesan komunikasi efektif dalam menyebarkan informasi, bukan dalam mengubah prilaku.[57]

2. Teori *Determenisme* Teknologi

Asumsi dasar teori ini adalah bahwa orang beradaptasi dengan lingkungannya melalui semacam keseimbangan penggunaan indera, dan media utama dari setiap masa telah membawa keseimbangan indera tertentu, sehingga mempengaruhi persepsi orang-orangnya. McLuhan melihat media sebagai perpanjangan kemampuan dan indera manusia. Dia mengatakan, “roda adalah perpanjangan kaki, buku adalah perpanjangan dari mata, pakaian adalah perpanjangan dari kulit, sirkuit elektrik adalah perpanjangan dari system saraf pusat. Menurutnya, teknologi telah membentuk cara berfikir dan berperilaku individu dalam masyarakat. Teknologi telah mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi keabad teknologi yang lain. McLuhan membagi sejarah

[56] Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), Hal. 23
[57]Lukiati Komala, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2014), Hal. 62

manusia menjadi empat periode, yakni masa masyarakat suku, masyarakt beraksara, masa cetak, dan era elektronik. [58]

3.Teori *Agenda Setting*

Dintara berbagai asumsi tentang efek komunikasi massa, salah satu yang masih bertahan dan berkembangan pada tahun-tahun belakangan ini, menyatakan bahwa media massa, dengan memperhatikan pada beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya. Akan memengaruhi opini *public*. Orang cenderung mengetahui tentang hal-hal yang disajikan oleh media massa dan menerima susuna prioritas yang di tetapkan media masa terhadap isu terebut. *Agenda Setting* modal menghidupkan kembali model jarum hipodermik, tetapi fokus penelitian telah bergeser dari efek pada sikap dan pendapat kepada pengaruh kesadaran dan pengaruh pengetahuan. Asumsi dasar teori ini adalah membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dasar pemikirannya adalah diantara berbagai topik yang dimuat di media massa, topik yang lebih banyak mendapat perhatian dari media massa akan menjadi lebih akrab dengan pembacanya. [59]

d. Model-Model Komunikasi Massa

Prof. Deddy Mulyana mengungkapkan bahwa untuk lebih memahami fenomena komunikasi, perlu menggunakan model-model komunikasi. Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata

[58]Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hal. 116
[59]Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogykarta: Graha Ilmu,2014), Hal. 31

ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Menurut Sereno dan Mortensen, model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi.

1. Model komunikasi satu tahap

   Model ini merupakan pengembangan dari teori komunikasi jarum hipodermik, pesan yang disampaikan melalui media massa langsung ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunka dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan. [60]

2. *Uses Dan Gratification model*

   Uses and gratifications model (model kegunaan dan kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan(uses) media untuk mendapatkan kepuasan dan kebutuhan seseorang. [61]

   Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mngenai asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:

[60]Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hal. 69

[61] Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogykarta: Graha Ilmu,2014), Hal. 28

a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khlayak
c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaiamana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada prilaku khalayak yang bersangkutan.
d. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti dahulu orientasi khalayak[62]

Penelitian yang menggunakan *uses and gratifications model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. Mc Quail mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pedekatan penggunaan ini. *Pertama,* ada oposisi terhadap pandangan deterministis tentang efek media. Sikap

[62] Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), Hal. 57

ini merupakan bagian dari "penemuan Kembali manusia" yang terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. *Kedua*, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.[63]

3. Model komunikasi Harold D. Laswell

Seorang ahli politik di Amerika Serikat mengemukakan suatu ungkapan yang terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapan tersebut merupakan menjawab lima pertanyaan sederhana yakni *Who*(siapa), *says what* (berkata apa), *in which channel*(melalui saluran apa), *to whom*(kepada siapa), dan *with what effect*(dengan efek apa). Model Laswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima(komunikan), dank arena nya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasif.[64]

4. Model Komunikasi DeFleur

Model koomunikasi yang dibuat oleh Melfin DeFleur pada dasarnya merupakan pengembangan dari model komunikasi yang dibuat oleh Shannon dan Weaver. Modal tokoh ini cocok untuk menggambarkan proses komunikasi melalui media massa. Di dalamnya tercakup delapan komponen proses komunikasi massa, yaitu:

a) *Source*, sumber pengirim

[63]Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hal. 108
[64]Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Bandung:Simbiosa Rekatama Media,2014), Hal.28

b) *Transmitter,* alat pengolah informasi

c) *Channel,* saluran

d) *Receiver,* penerima

e) *Destination*, tujuan

f) *Noice*, gangguan yang terjadi

g) *Mass medium device*, perangkat media massa

h) *Feedback device*, perangkat umpan balik[65]

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa yakni teori peluru, dimana teori peluru ini mengasumsikan bahwa media mempunyai kekuatan seperti raja yang perkasa, sedangkan komunikan dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa. Peneliti menggunakan teori ini karena merasa teori peluru ini cocok dengan penelitian yang dilakukan dimana para pengguna media massa dalam penelitian ini adalah Dinas Kominfo Dharmasraya yang memanfaatkan media *instagram* untuk menyebarkan informasi. Sedangkan masyarakat yang menerima informasi dianggap pasif karena tidak tahu bagiamana proses penyajian informasi tersebut hanya melalui media *instagram* untuk mendapatkan informasi.

Teori kedua yang digunakan peneliti adalah teori *Determenisme* teknologi, McLuhan melihat media sebagai perpanjangan kemampuan dan indera manusia. Peneliti memakai

[65]Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), Hal. 78-79

teori ini karena dirasa cocok dengan penelitian ini, dimana zaman yang canggih ini membuat kita harus paham dan mengerti akan media. Untuk kebutuhan dan kepentingan. Begitupun dengan teori ketiga yang digunakan oleh peneliti yakni teori *agenda setting*, dimana teori ini fokus pada penelitian tentang apa yang dianggap penting. Dasar pemikirannya mana topik yang dianggap penting itu lah yang lebih mendapatkan banyak perhatian dan media massa akan lebih akrab dengan pembacanya. Peneliti merasa cocok dengan teori ini karena menurut peneliti *instagram* mendapatkan peminat yang lebih dari cukup untuk menyesuaikan dengan teori ini seperti yang telah terdapat pada latar belakang.

Instagram termasuk salah satu media yang dilirik oleh banyak kalangan masyarakat sehingga informsi yang di sajikan tentunya terus *up-date* khususnya informasi yang disajikan di *instagram* milik Dinas Kominfo Dharmasraya. Teori komunikasi massa yang peneliti sajikan berkaitan dengan model komunikasi massa yang peneliti gunakan, dalam penelitian, ini dimana model komunikasi itu adalah model komunikasi satu tahap, *uses and gratification model*,model komunikasi Harold D. Laswell, model komunikasi DeFleur, peneliti merasa cocok dengan teori komunikasi massa yang peneliti gunakan karena membahas mengenai media serta efek dari pemanfaatan media tersebut.

D. Penelitian Relevan

Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan pembahasan penelitian ini, yaitu:

1. Skiripsi yang berjudul "Strategi pengelolaan *instagram*@infoponorogo sebagai media informasi tentang Kabupaten ponorogo", oleh Fitri Alam Nasyroh (211016041), Mahasiswa IAIN Ponorogo, Ponorogo,2020. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yakni sama-sama membahas mengenai penyampaian informasi melalui instagram dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan pada penelitian ini yakni pada penelitian tersebut tidak membahas bagaimana bentuk kemasan informasi yang disajikan oleh admin pengelolaan, serta juga tidak membahas bagaimana faktor penghambat dan pendukung selama proses penyebaran informasi tersebut.[66]
2. Skripsi yang berjudul "Efektivitas Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Banyuasin", oleh Muhammad Ari Revaldo (1657010079), Mahasiswa UIN Raden Fatah, Palembang,2021. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menyebarluaskan informasi melalui media serta juga membahas seputar dinas Kominfo, selain itu kasamaan nya juga sama-sama mengunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan pada penelitian ini adalah terdapat pada media sosial, pada penelitian ini peneliti tidak membahas

[66] Fitri Alam Nasyroh, *Strategi Pengelolaan Instagram@Infoponorogo Sebagai Media Informasi Trntang Kabupatn Dharmasraya*, (Ponorogo,2020)

secara kesuluruhan media sosial melainkan hanya berfokus kepada satu media sosial saja yakni *instagram*.[67]

3. Skripsi yang berjudul "Strategi Pengelolaan Akun Instagram Dalam Membangun Personal Branding Selebgram", oleh Rika Fitriani (6662140906), Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang,2019. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama mengelola akun instagram sebagai media inormasi dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan pada penelitian ini yakni pada penelitian tersebut berfokus kepada branding selebgram melalui *instagram*, sedangkan peneliti membahas mengenai bagaimana proses penyampaian informasi melalui *instagram*.[68]
4. Skripsi yang berjudul "System Informasi Tugas Akhir Mahasiswa Teknik Informatika Niversitas Sanata Dharma Yogyakarta Berbasis Web ", Oleh Maria Priska Briliana (105314010), Mahasisswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta", Yogyakarta,2015. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang system informasi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan pada penelitian ini yakni pada penelitian ini hanya berfokus kepada informasi dan system informasi sedangkan peneliti berfokus kepada media instagram untuk menyebarkan informasi. [69]

---

[67]Muhammad Ari Revaldo, *Efektivitas Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Banyuasin*, (Palembang, 2021)

[68]Rika Fitriani, *Strategi Pengelolaan Akun Instagram Dalam Membangun Personal Branding Selebgram*, (Serang,2019)

[69] Maria Friska Berliana, *System Informasi Tugas Akhir Mahasiswa Teknik Informatika Niversitas Sanata Dharma Yogyakarta Berbasis Web*, (Yogyakarta,2015)

5. Skripsi “Pemanfaatan Website Dinas Komunikasi Dan Informatika Asahan Dalam Menyebarkan Informasi Internet Sehat Di Kabupaten Asahan”, Oleh Dinda Nurshabrina (1403110141), Mahasiswa UMSU, Medan,2018. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menyebarkan informasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbeedaaan pada penelitian ini yakni pada penelitian ini berfokus kepada menyebarkan informasi secara garis besar melalui internet, sedangkan peneliti berfokus pada menyebarkan informasi melalui media *instagram* dengan menggunakan jaringan internet.[70]

[70]Dinda Nusrshabrina, *Pemanfaatan Website Dinas Komunikasi Dan Informatika Asahan Dalam Menyebarkan Informasi Internet Sehat Di Kabupaten Asahan*, (Medan, 2018)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan sebuah kegiatan pencarian, penyelidikan, dan hipotesis secara alamiah dalam suatu bidang tertentu untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendaptkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi. Ketika akan melakukan sebuah penelitian, diperlukan bentuk atau jenis penelitian yang sesuai dengan bidang penelitian yang dilakukan.[71]

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research)* dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif (*qualitatife descriptive)* yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian lapangan dengan menggunakan metode deskriptif dan menggunakan keadaan objek yang diteliti sebagaimana adanya, sesuai data yang diperoleh dilapangan.[72]

---

[71]Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing,2015), hal.10

[72]Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 60

Metode deskriptif kualitatif ini memaparkan situasi atau peristiwa tanpa mencari atau menjelaskan antara hubungan variable dan tidak untuk melakukan pengujian hipotesa atau tidak membuat prediksi, akan tetapihanya sebatas penghimpunan data, penyusunan secara sistematis, faktual dan cermat serta berusaha melakukan prestasi data seperlunya.[73] Dalam penelitian ini menggambarkan tentang proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh admin system pengelolaan informasi kominfo kabupaten Dharmasraya melalui media *instagram.*

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di 52 ominfo Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. Peneliti memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian karena di Dinas kominfo Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat ditemui adanya permasalahan yakni bagaimana model pengelolaan yang dilakukan oleh admin instagram dinas kominfo Dharmasraya dalam menyebarkan informasi tentang kabupaten Dharmasraya.Dalam penelitian tentunya membutuhkan waktu, pada penelitian ini waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan Juni 2022.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang menjadi sumber data dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian.[74] Pada penelitian ini informan penelitian yang digunakan yakni

[73]Jhon W Best, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1987), hal.63

[74]Nur Sayidah, *Metode Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapannya Dalam Peneltian*, (Taman Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2018), hal.143

Teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan pada ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.[75] Informan pada penelitian ini adalah:

1. Informan Kunci (*key informan)*

Informan kunci adalah orang yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan didalam penelitian. Informan kunci disebut juga dengan orang yang paling mengetahui secara lengkap dan mendalam mengenai objek penelitian yang diteliti.[76]

Sehingga dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah tiga orang di kominfo Dharmasraya yang mengelola di bidang teknologi serta bidang informasi dan komunikasi public. Berikut nama informan kunci pada penelitian ini yang terdapat pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1

NAMA INFORMAN KUNCI

No	Nama	Status/kedudukan
1	Fergiyandi A.Md	Pengelola Teknologi Informasi
2	Boffin Kharsananda, S.Kom.M.Eng	Pengelola Sistem Informasi

[75]Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), hal.53

[76]Ahmad Tohardi, *Pengantar Metodologi penelitian sosial+plus*, (Banten: Tanjungpura University Press,2019), hal. 495

3	Misbah Hulkhair	Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi publik

(Sumber: Olahan Peneliti)

2. Informan Pendukung

Informan pendukung adalah orang yang dapat memberikan informs tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan pendukung memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci.[77]

Adapun yang menjadi informan pendukung pada penelitian ini adalah 2 orang yang merupakan tenaga peliputan di Dinas Kominfo Dharmasraya. berikut dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2

NAMA INFORMAN PENDUKUNG

No	Nama	Status/kedudukan
1	M. Supadi S. Hum	Tenaga Peliputan
2	Adrian S. Si	Tenaga Peliputan

(Sumber: Olahan Peneliti)

[77]Ade Heryana, *informan dan pemilihan informan dalam oenelitian kualitatif*, modul Pembelajaran Prodi kesehatan Masyarakat, Universitas Esa Unggul, 2018, hal.6

D. Teknik Pengumpulan Data

Taknik pengumpulan data penelitian lapangan yang paling utama adalah wawancara yang medalam, kemudian ditunjang pula dengan observasi dan dokumentasi. Wawancara dimadrksudkan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dengan cara Tanya jawab. Selanjutnya dikuatkan dengan observasi adalah pengamatan atau pencatatan secara fenomena terhadap hal yang diselidiki.[78] Selanjutnya observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses proses penyampaian informasi melalui media (*instagram*) yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya. Sedangkan yang dimaksud dengan dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai suatu hal atau variabel berupa catatan, transkip, buku, agenda dan sebagainya kegiatan yang telah dilaksankan Dinas kominfo Dharmasraya yang telah di upload di media (*instagram*) Pengumpulan data melalui metode ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh informasi tentang bagaimana proses penyampaian informasi melalui media *Instagram* yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya.[79]

Metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data adalah:

1. Observasi

Menurut Koentjaraningrat observasi pada penelitian melaksanakan observasi bukan menjadi penonton dari apa yang menjadi sasaran

[78]Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*, R&D (Bandung : Alfabeta, 2010), hal.9

[79]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002) cet. Ke-12, hal.183

perhatiannya, melainkan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin keterangan atas apa yang diperhatikan dan mencatat segala sesuatu yang ada dianggap penting sehingga dapat membuat laporan hasil pengamatan secara utuh.[80]

Dalam hal ini observasi dilakukan dengan mengamati mengenai proses penyampaian informasi, mengumpulkan informasi atau berita, mengolah berita, dan proses mempublikasikan melalui media sosial yang dilakukan oleh Dinas Kominfo kabupaten Dharmasraya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik untuk mendapatkan data dengan mengadakan hubungan langsung bertemu muka dengan informan atau sebagai salah satu teknik pengumpulan data dan pencatatan data.Informasi atau pendapat yang dilakukan dengan melalui percakapan dan Tanya jawab baik langsung maupun tidak langsung. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu data tertentu.[81]

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur.[82]Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar

[80]Saipul Annar, *Metodologi Penelitian Pendidikan,* (Palembang: Rafah Press, 2005), hal. 94

[81]Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian.* (Bandung: CV PustakaSetia. 2008), hal. 40

[82]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, cv,2013), cet.18, hal.234

permasalahan yang akan ditanya kepada Dinas kominfo kabupaten Dharmasraya dalam hal ini perlu Informan untuk di wawancara.

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa narasumber sangat penting perananya sebagai individu yang memiliki inforsmasinya. Peneliti narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah disebut sebagai informan.[83]

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa tertulis, gambar(foto), dan karya-karya monumental, berita, laporan, mengumpulkan informasi terkait Kominfo, struktur organisasi Kominfo, dan deskripsi dari kabupaten Dharmasraya. yang semuanya dapat memberikan informasi dalam proses penelitian.[84] Penggunaan dokumentasi ini dilakukan agar dapat menambah pemahaman peneliti terhadap gejala-gejala masalah yang diteliti.[85]

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara-cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.[86]Analisis data adalah suatu proses mencari

[83]H.B Sutopo, *Penelitian Kualitatif*: Dasar Teori dan terapannya dalam penelitian, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006), hal. 60

[84]Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif : teori dan praktik* , (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), cet.3, hal.178

[85]Ajat Rukajat, *Buku Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal.26

[86]Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis,* (Jakarta: Rajawali Press, 2017), hal.75

dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menentukan kedalam pola, menyusun mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. [87]

Pada penelitian ini dilaksanakan penelitian kualitatif, sehingga teknik analisa yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati.[88] Untuk menggambarkan proses penyampaian informasi oleh kominfo melalui media *instagram* di Dharmasraya. dalam hal ini peneliti menggunakan model Miles dan Hubermen terkait analisis data yang peneliti lakukan. Adapun tahap-tahap teknik analisis data menurut teori Miles Hubermen Tersebut adalah sebagai berikut:

Menurut Miles dan Huberman teknik analisis data terbagi atas.[89]

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

[87]Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta,2011), hal.137

[88]Fitrah&Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus* (Jawa Barat: CV Jejak, 2017), hal.44

[89]Fitrah&Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus* (Jawa Barat: CV Jejak, 2017), hal. 246-252

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, menfokuskan kepada hal-hal yang penting, dicari tema polanya, dan dapat diartikan sebagai cara dalam menampung data dari lapangan.[90]

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data di reduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data, dimana penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, dan sejenisnya. dan dapat dianalisis bahwa display itu adalah memanfaatkan data yang didapat.[91]

3. *Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah terakhir menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan berdasarkan pemahaman terhadap data yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti. Penarikan kesimpulan ini dilakukan secara bertahap, pertama dilakukan penarikan kesimpulan sementara. Namun seiring bertambahnya data maka harus dilakukan verifikasi data dengan cara mempelajari kembali data yang telah ada. Kemudian, verifikasi data juga dilakukan dengan cara meminta pertimbangan dari pihak-pihak lain yang ada keterkaitannya dengan penelitian tersebut, atau dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari sumber tertentu dengan sumber-sumber lain. Terakhir peneliti menarik

[90]Mardawani, *Praktis Peneitian Kualitatif Teori dasar dan Analisis data dalam perspektif Kualitatif*, (Yogyakarta : Deepublish, 2020), hal.66-67

[91]Umri dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), hal.89

kesimpulan akhir untuk mengungkapkan temuan-temuan penelitian tersebut.[92]

F. Keabsahan Data

Setelah data terkumpul, maka untuk mendapatkan data yang valid, perlu dilakukan keabsahan data atau disebut juga dengan validitas data. Validitas data adalah suatu ukuran kebenaran data yang diperoleh dari proses penelitian yang telah dilakukan untuk menghasilkan penelitian yang benar.[93]

Keabsahan data pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[94] Dengan kata lain pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber, yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.[95] Dengan kata lain teknik ini berarti membandingkan tingkat keabsahan data dan informasi yang telah

---

[92]Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Persfektif Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish , 2020),hal.70

[93]Ahmad Tohardi, *Pengantar Metodologi Pendidikan Sosial+Plus*, (Banten: Tanjungpura University Press, 2019), hal.674

[94]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), cet.36, hal.330

[95]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* ,(Bandung: Alfabeta, cv,2019), cet. 1, hal. 368-369

diambil dengan data yang diambil dari berbagai sumber yang berbeda.[96]

2. Triangulasi Teknik, yaitu untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.[97]
3. Triangulasi waktu, dimana validitas data dihubungkan dengan berlangsungnya proses perubahan prilaku manusia, dan prilaku manusia mengalami perubahan seiring dengan berjalannya waktu dan zaman.[98] Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda.[99]

[96]Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish , 2018), hal.10

[97]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta,cv,2019), edisi 2,cet.1, hal.369-370

[98]Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish , 2018), hal.110

[99]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta,cv,2019), edisi 2,cet.1, hal.370

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kabupaten Dharmasraya

Nama Kabupaten ini diambil dari manuskrip yang terdapat pada prasasti Padang Roco, dimana pada prasasti itu disebutkan Dharmasraya sebagai ibu kota dari kerajaan Melayu waktu itu. Kerajaan ini muncul setelah kejatuhan kerajaan Sriwijaya pada abad 13-14 dimana daerah kekuasaan kerajaan ini merupakan wilayah kekuasaan kerajaan Sriwijaya sebelumnya, yaitu mulai dari Semenanjung Malaya hingga Sumatera.

Hal ini dapat dibuktikan dari prasasti *Grahi fi Chaiya*, setelah Thailand serta catatan dalam naskah Cina yang berjudul *Zhufan Zhi karya Zhao Rugua* tahun 1225. Kemudian kerajaan ini menjalin hubungan dengan kerajaan Singosari, sebagaimana yang terdapat pada prasasti Padang Roco. Selain itu nama Dharmasraya juga disebutkan dalam catatan sejarah kerajaan Majapahit, *Nagara kretagama* sebagai salah satu daerah vassal.[100]

Dharmasraya merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Barat.Kabupaten ini merupakan Kabupaten yang masyarakatnya multibahasa sehingga penduduknya tidak hanya menggunakan bahasa Minangkabau untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Melainkan juga menggunakan bahasa Jawa, Sunda, dan Batak. Dharmasraya termasuk salah satu Kabupaten dengan penduduk transmigran sebanyak 32,96 %. Proses transmigran ini terjadi

[100] https:// dharmasrayakab.go.id/profil/4/motto.html

antara tahun 1972 hingga 2002. Pada awalnya daerah yang dijadikan pusat transmigrasi adalah Sitiung karena hamparan nya yang begitu luas. Seiring berjalannya waktu hingga sekarang Sitiung telah melakukan pemekaran menjadi Sitiung I - Sitiung V masing-masingnya terdiri dari enam sampai tujuh blok yaitu Blok A,B,C dan seterusnya.[101]

Kabupaten Dharmasraya merupakan Kabupaten hasil pemekaran dari Kabupaten Sawalunto Sijunjung yang diresmikan pada tanggal 7 Januari 2004 oleh Presiden Republik Indonesia secara simbolik di istana negara. Dibentuk berdasarakan Undang-Undang Nomor 38 tahun 2003 tentang pembentukan kabupaten Dharmasraya, kabupaten Solok Selatan dan kabupaten Pasaman Barat di provinsi Sumatera Barat yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Barat atas nama menteri dalam negeri pada tanggal 7 Januari 2004. Aktifitas pemerintahan telah dimulai sejak dilantiknya pejabat bupati Dharmasraya pada tanggal 10 januari 2004 dan baru pada tanggal 12 Agustus kabupaten Dharmasraya memiliki Bupati/Wakil bupati definitive hasil pilkada langsung pada tahun 2005.[102]

Penyelenggaraan pemerintah daerah adalah seluruh proses kegiatan manajemen pemerintahan dan pembangunan daerah yang meliputi perencanaan, penetapan kebijakan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengendalian, pembiayaan, koordinasi, pelestarian, penyempurnaan dan pengembangan. Pada hakikatnya penyelenggaraan pemerintah daerah merupakan salah bentuk pelaksanaan kebijakan desentralisasi dan otonomi daerah yang menggunakan konsep otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab.

[101] https:// dharmasrayakab.go.id/profil/6/geografis.html
[102] https://sumbar.kemenag.go.id/v2/post/1587/ sejarah-kabupaten-dharmasraya.html

Sebagai konsekuensi dari kebijakan otonomi daerah dalam sistem negara kesatuan Republik Indonesia, maka laporan penyelenggaraan pemerintah daerah merupakan salah satu sarana yang sangat penting sebagai perekat hubungan hirarkis antara pemerintah pusat dan daerah.

Adapun visi misi bidang informasi dan komunikasi publik Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya adalah :

a. Visi

"Menuju Dharmasraya yang mandiri, berbudaya aktif dalam menyajikan informasi, ramah kepada masyarakat"

b. Misi

Misi untuk mewujudkan visi dibutuhkan rencana kerja yang harus dilaksanakan dalam pencapaian tujuan yang ingin dicapai. Untuk itu berdasarkan visi yang telah diterangkan di atas, bidang informasi dan komunikasi public memiliki misi yang dirasa mampu memberikan dukungan dalam upaya pencitraan instansi pemerintahan kabupaten Dharmasraya sebagai berikut: [103]

1) Menciptakan mekanisme administrasi yang baik demi terwujudnya sistem administrasi pemerintahan yang teratur.
2) Menciptakan aparatur yang profesional demi mewujudkan pelayanan dibidang administrasi, informasi dan protokoler pemerintahan.

[103]Humas Dharmasraya , *Uraian Tugas pemerintahan kabupaten Dharmasraya*

3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan Kesehatan, kecakapan, keahlian, sikap, dan moralitas, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas,inovasi,kreatifitas para staf menyajikan informasi.
4) Mengelola informasi serta melakukan pelayanan publik dengan baik.
5) Membangun jalinan informasi yang baik demi penyebarluasan informasi pemerintahan serta dalam upaya mencerdaskan dan merubah sudut pandang dan pola pikir masyarakat.

2. Tugas dan Fungsi Dinas Kominfo

a. Dinas mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah di bidang informasi dan komunikasi, bidang statistik dan bidang perasandian-persandian
b. Untuk melaksanakan tugas dinas menyelenggarakan fungsi
    1) Perumusan kebijakan di bidang informasi dan komunikasi publik, teknologi informasi dan komunikasi dan bidang statisik dan persandian
    2) Pelaksanaan kebijakan di bidang informasi dan komunikasi publik,teknologi infromasi dan komunikasi dan bidang statisik dan persandian
    3) Pelaksanaan administrasi dinas

3. Uraian Tugas Bidang informasi dan komunikasi publik

Bidang informasi dan komunikasi publik dipimpin oleh seorang kepala bidang. Kepala Bidang informasi dan komunikasi publik sebagaimana terdapat dalam peraturan daerah Kabupaten Dharmasraya Nomor 6 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat Daerah(lembaran Daerah Kabupaten Dharmasraya tahun 2016 Nomor 6, tambahan lembaran daerah Kabupaten Dharmasraya Nomor 64), dan peraturan Bupati Dharmasraya Nomor 55 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi, uraian tugas, jabatan serta tata kerja dinas komunikasi Kabupaten Dharmasraya adalah sebagai berikut :

Tugas pokok dan fungsi bidang informasi dan komunikasi publik dalam pengelolaan informasi di Kabupaten Dharmasraya yaitu Bidang informasi dan komunikasi publik mempunyai tugas sebagai berikut :

Bidang informasi dan komunikasi publik mempunyai tugas perumusan konsep dan pelaksanaan kebijakan, pengoordinasian, pemantauan, evaluasi serta pelaporan bidang diseminasi informasi dan komunikasi publik untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud diatas bidang informasi dan komunikasi publik mempunyai fungsi :

1) Pengumpulan dan pengolahan data dan informasi
2) Bekerja sama dengan wartawan yang mencari informasi
3) Pelaksanaan penghimpunan, dokumentasi dan publikasi kegiatan pemerintah kabupaten.
4) Penyusunan program dan penyelenggaraan kegiatan informasi melalui media informasi interaktif, radio, televisi, dan film.

5) Pemantauan pelaksanaan hak jawab dan hak koreksi

6) Penyelenggaraan kegiatan penerbitan

7) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh asisten pemerintahan sesuai dengan bidang tugasnya.[104]

4. Bidang informasi dan komunikasi publik membawahi :

a. Sub-subtansi pengelolaan informasi dan komunikasi public

b. Sub-subtansi penyelenggaraan hubungan masyarakat

c. Sub-subtansi kemitraan infromasi dan komunikasi publik

Dimana masing-masing sub bagian tersebut dipimpin oleh seorang kepala sub bagian yang dalam melaksanakan tugas-tugasnya bertanggung jawab kepada kepala bidang. Tugas Pokok sub bagian informasi komunikasi publik[105]

1. Sub-subtansi pengelolaan informasi dan komunikasi publik

Sub-subtansi tersebut mempunyai tugas menghimpun, mengola data dan dokumentasi. Untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut sub bagian pengumpulan data dan dokumentasi mempunyai fungsi :

a. Pengumpulan data dan dokumentasi baik internal maupun eksternal.

b. Perencanaan pelaksanaan kegiatan pengolahan data dan dokumentasi.

c. Pelaksanaan inventarisasi kegiatan pemerintahan dan pembangunan .

[104]diskominfo, *Uraian Tugas pemerintahan kabupaten Dharmasraya*
[105]diskominfo, *Uraian Tugas pemerintahan kabupaten Dharmasraya*.

d. Penyiapan bahan dalam rangka koordinasi/kerjasama dengan lembaga/organisasi kewartawanan.

e. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala bagian humas sesuai dengan bidang dan tugasnya

2. Sub-subtansi penyelenggaraan hubungan masyarakat

Sub bagian tersebut mempunyai tugas melaksanakan publikasi, mengevaluasi berita dan pendapat umum masyarakat. Untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut sub bagian hubungan masyarakat mempunyai fungsi :[106]

a. Penyiapan bahan, sarana, dan rencana pelaksanaan kegiatan publikasi.

b. Persiapan dan pengumpulan bahan berita dalam rangka pelaksanaan promosi tentang pembangunan dan potensi daerah.

c. Pelaksanaan usaha pemberitaan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat terhadap kejadian dan peristiwa yang terjadi.

d. Pelaksanaan observasi, mempelajari, mendalami serta menilai kualitas kehidupam masyarakat kehidupan secara umum.

e. Pelaksanaan tugas–tugas lain yang diberikan oleh kepala bagian humas sesuai dengan bidangnya.

3. Sub subtansi kemitraan informasi dan komunikasi publik

[106]Humas Dharmasraya, *Uraian Tugas pemerintahan kabupaten Dharmasraya*..

Sub bagian ini mempunyai tugas melakukan pemantauan dan peningkatan penyelenggaraan informasi melalui media interaktif, pemantauan perkembangan dan peningkatan penerbitan. Untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut sub bagian media potensi informasi mempunyai fungsi :[107]

a. Penyelenggaraan informasi melalui media, radio, televisi dan film serta media sosial
b. Pemantauan pelaksanaan hak jawab dan hak koreksi
c. Penyelenggaraan kegiatan penerbitan
d. Pelaksanaan pendataan, pembinaan dan pengawasan terhadap media radio, televisi, dan film serta media elektronik lainnya.

4. Struktur Organisasi Informasi dan komunikasi public

Dalam sebuah instansi pasti memilki struktur, Untuk mengisi susunan organisasi bidang informasi dan Komunikasi Publik yang ada padaDinas Kominfo, memiliki Kepala Bidang, Kelompok Jabatan Fungsional Sub-Subtansi Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi, Kelompok Jabatan Fungsional Sub-Subtansi Penyelenggaraan Hubungan Masyarakat, Kelompok Jabatan Fungsional Sub-Subtansi Kemitraan informasi dan Komunikasi Publik

Berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Dharmasraya No 5 tahun 2008 tentang pembentukan organisasi dan tata kerja sekretariat daerah dan sekretariat dewan perwakilan rakyat daerah Kabupaten Dharmasraya memutuskan dari menetapkan susunan organisasi sebagai berikut :

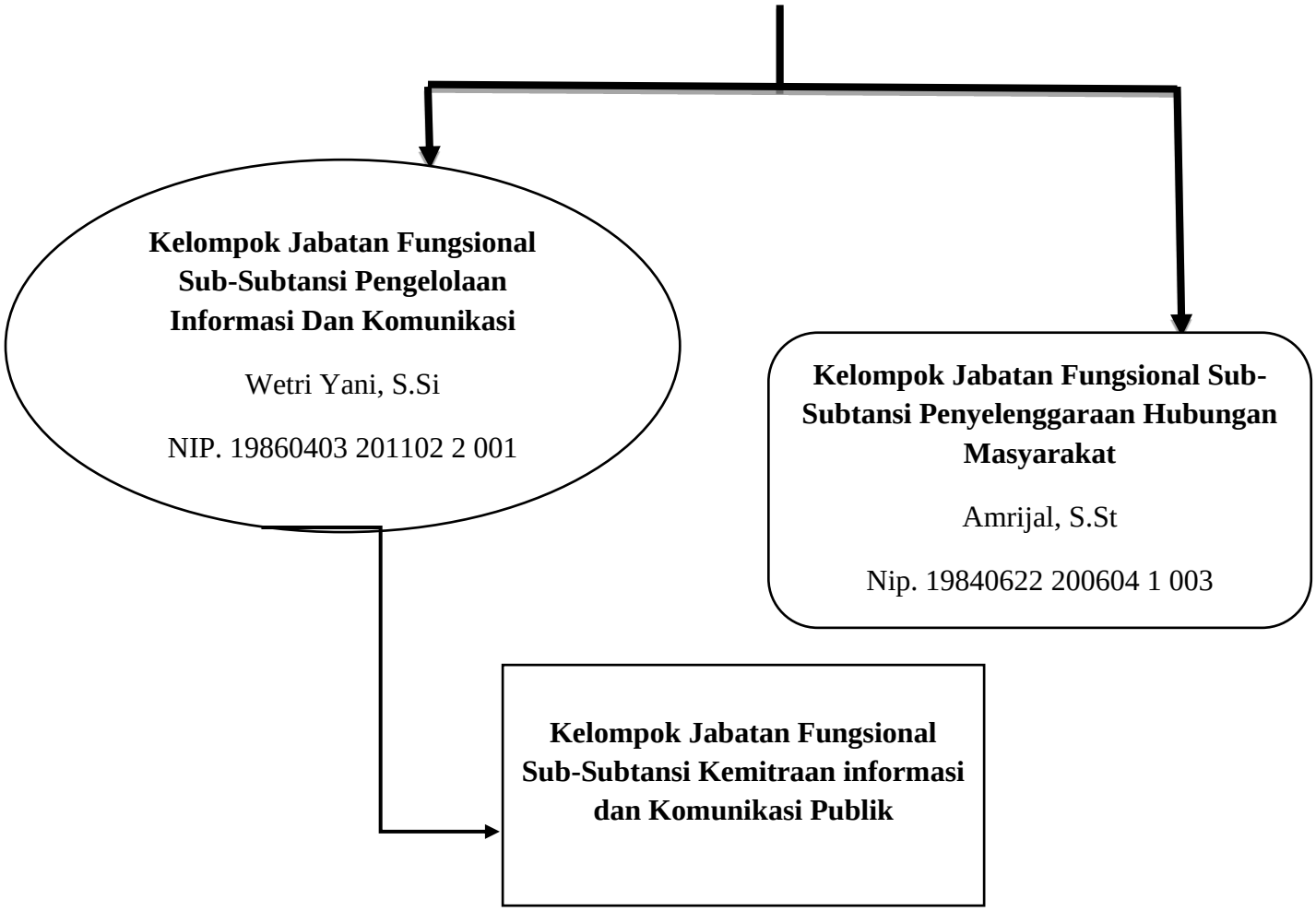
[107]Humas Dharmasraya, *Uraian Tugas Pemerintahan Kabupaten Dharmasraya*.

Struktur Organisasi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas

Kominfo Kabupaten Dharmasraya

KEPALA BIDANG

Misbah Hulkhair, S.Si
Nip. 19891118 201402 1 002



B. Model Pengelolaan *Instagram@Diskominfodharmasraya* Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Dharmasraya (Ditinjau Dari Persfektif Komunikasi Massa)

Perkembangan teknologi saat ini sudah tidak bisa dibendung lagi, karena dengan perkembangan teknologi tersebut mampu menerobos dinding batas antara satu wilayah dengan wilayah lainnya, satu Lembaga dengan Lembaga lainnya, bahkan

sudah mampu menerobos hingga ke berbagai belahan dunia. Salah satunya sebagaimana yang telah diterapkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya terkhususnya bidang informasi dan komunikasi publik mulai memanfaatkan salah satu kemajuan dari teknologi tersebut yakni pemanfaatan *Instagram*.

Instagram sebagai salah satu media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Mudahnya cara penggunaan aplikasi *instagram* membuat dinas kominfo bidang informasi dan komunikasi publik menjadikan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan untuk memberikan informasi. [108] *Instagram* menjadi media yang sangat bagus pada zaman ini, sebagai sarana informasi kebijakan, pelayanan dan lain-lain. Hal itulah yang juga dilakukan oleh pihak Dinas Kominfo Dharmasraya. *Instagram* yang digunakan oleh pihak dinas kominfo Dharmasraya dalam mengelola informasi dapat dilihat dari model pengelolaannya.

Model Pengelolaan *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik Kominfo Dharmasraya untuk disajikan kepada masyarakat merupakan informasi terbaru baik itu berupa informasi seputar Kabupaten Dharmasraya termasuk di dalamnya destinasi yang dimiliki oleh Kabupaten Dharmasraya yang disajikan di media *instagram* milik Kominfo Dharmasraya yang dinamai *@diskominfodharmasraya.* Informasi yang dipublikasikan melalui media *instagram* tersebut didapat oleh bagian peliputan atau disebut juga dengan tenaga lapangan yang bertugas untuk turun ke lapangan mencari informasi seputar Dharmasaraya.[109]

---

[108] Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Mdia Siber* (Cybiermedia), (Jakarta:Prenamedia Grop,2014),Hal.18

[109] Hasil Observasi Yang Dilakukan Kamis, 07 April 2022

Tenaga peliputan ini masuk ke dalam bidang informasi dan komunikasi publik.informasi yang didapatkan oleh tenaga peliputan bidang informasi dan komunikasi publik dilokasi kegiatan tidak secara langsung disebarkan kepada masyarakat begitu saja melalui *instagram,* akan tetapi informasi tersebut digabungkan menjadi satu informasi yang utuh untuk kemudian diserahkan kepada pemegang akun *Instagram @diskominfodharmasraya* yang biasa di panggil dengan sebutan admin. [110]

Setelah informasi tersebut sampai ke admin *Instagram @diskominfiodharmasraya* kemudian admin tersebutlah yang akan merubah informasi itu dari yang biasa menjadi informasi yang menarik minat pembaca dimulai dari tampilan gambar, warna, template gaya bahasa serta dalam bentuk penyajiannya pun di bentuk sedikit berbeda agar informasi yang dimaksud sampai kepada masyarakat sehingga menjadi sebuah informasi yang berkualitas baik. Untuk mendapatkan informasi yang bagus dan terbaru Dinas Kominfo menggunakan tiga model komunikasi massa diantaranya model komunikasi Laswell, model komunikasi satu tahap, dan model Defleur. [111]

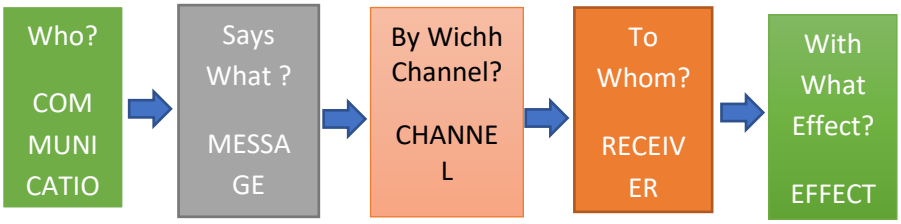
1. Model Komunikasi Laswell

   Model pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dinas kominfo Dharmasraya yang pertama adalah model Laswell dimana model ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan *who say what in which channel to whom with what effect* atau dalam artian indonesianya berarti siapa

[110] Hasil Observasi Yang Dilakukan Kamis, 07 April 2022

[111] Hasil Observasi Yang Dilakukan Kamis, 07 April 2022

mengatakan apa dengan media apa kepada siapa dan pengaruh nya apa.[112]



Who menjadi pihak yang mengeluarkan dan meneyeleksi berita, *says what* adalah bahan untuk menganalisis pesan. *In which channel* adalah media. *To whom* adalah khalayak. *With effect* adalah pengaruh dari informasi yang disampaikan.

Berdasarkan apa yang peneliti lihat dilapangan peneliti menemukan bahwa Model ini diterapkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam proses pengelolaan informasi. Didalam dinas kominfo Dharmasraya terdapat satu Bidang yang bertugas mengelola segala akun media sosial termasuk didalamnya *Instagram*. Bidang yang mengelola *Instagram* adalah bidang informasi dan komunikasi publik. bidang ini lah yang menyebarkan informasi melalui *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya kepada masyarakat sehingga masyarakat Dharmasraya mengatahui informasi terbaru dan menambah wawasan juga bagi masyarakat Dharmasraya.[113]

[112] Suryanto, *Pengentar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2017), Hal. 231
[113] Hasil Observasi Yang Dilakukan Pada 19 April 2022

Berdasarkan data yang saya dapatkan dari Boffin Kharshananda sebagai admin *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya dimana *Instagram* menjadi salah satu media yang diprioritaskan untuk menyebarkan informasi seputar Dharmasraya

> "sebenarnya kami menjadikan *instagram* salah satu media yang kami prioritaskan, karena *Instagram* memiliki banyak fitur-fitur yang menarik, ditambah lagi *instagram* juga banyak diminati oleh kalangan millenial sehingga nantinya informasi yang kami sajikan disini sesuai dengan kebutuhan masyarakat" [114]

Hal ini juga disampaikan oleh fergiyandi selaku admin lama dari *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya.

> "dulunya *instagram* dinas kominfo Dharmasraya sempat mengalami mati suri, dikarenakan dari kami tidak ada yang fokus mengelola *instagram* waktu itu kami minim sekali informasi, tujuan awal dibuatnya *Instagram* dinas kominfo hanya untuk memberikan informasi seputar dinas kominfo saja, namun semenjak nama *Instagram* semakin unggul kami memanfaatkan itu untuk menghidupkan Kembali *Instagram*, sampai lah pada saat sekarang ini *instagram* adalah media sosial yang kami nomor satu kanlah" [115]

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti dapatkan, informasi yang disebarkan melalui *Instagram* Dinas kominfo Dharmasraya merupakan informasi seputar Dharmasraya diantaranya (pelayan masyarakat, kegiatan dinas-dinas yang ada di Dharmasraya), peringatan hari nasional serta informasi-informasi untuk menambah wawasan masyarakat. [116]

---

[114] Wawancara Dengan Boffin Kharshananda Sebagai Admin Instagram Dinas Kominfo 25 April 2022

[115] Wawancara Dengan Boffin Kharshananda Sebagai Admin Instagram Dinas Kominfo pada Senin, 25 April 2022, Pukul 08.30 WIB

[116] Dokumentasi Yang Peneliti Dapatkan Dari Instagram Dinas Kominfo

Seperti yang diungkapkan oleh Boffin Kharshananda mengatakan bahwa:

> "jadwal untuk kami posting informasi terbaru memang belum terjadwal, tapi kami mengusahakan untuk memposting informasi tiap harinya, setidaknya dua informasi yang kami posting dalam sehari, biasanya kami posting informasi mengenai informasi tentang Kabupaten Dharmasrya dan juga informasi-informasi yang terbaru dan edukasi seperti kami juga mengunggah informasi waspada pencurian agar bersikap hati-hati serta informasi lainnya yang kami rasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat."[117]

Fergiyandi selaku admin *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya mengungkapkan bahwa:

> "informasi yang disebarkan di *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya, baru-baru ini yang keluar dari kegiatan dinas dan kegiatan bupati dan wakil, biasanya waktu saya masih aktif mengelola *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya saya sering menunggah hanya seputar kegiatan dinas saja maka dari itulah followers dari *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya tidak bertambah hanya sedikit followers waktu itu karena dari kami tidak menyuguhkan informasi yang bersifat umum yang bisa di ambil oleh masyarakat. [118]

Menurut Misbah Khulkhair, Dinas Kominfo Dharmasraya menyajikan informasi melalui *instagram* disebabkan oleh penyebaran informasi seputar Kabupaten Dharmasraya dengan cepat, akurat, tepat dan hemat biaya yaitu :

> " Karena kami sebagai kepala bidang infomasi dan komunikasi publik kominfo Kabupaten Dharmasraya menganggap bahwa media sosial itu untuk saat ini sangat dibutuhkan khususnya *instagram*. Kami bidang informasi komunikasi publik banyak megelola media sosial namun salah satu fokus kami yakni kepada *instagram* karena

[117] Wawancara Dengan Boffin Kharshananda Sebagai Admin Instagram Dinas Kominfo pada Senin 25 April 2022 Pukul 10.00 WIB

[118] Wawancara Dengan Boffin Kharshananda Sebagai Admin Instagram Dinas Kominfo Pada Senin, 25 April 2022 Pukul 09.00 WIB

dalam menyebarkan informasi melalui *instagram* jauh lebih cepat diterima oleh masyarakat selain itu alasan mengapa kami menggunakan *instagram* adalah karena zaman sekarang ini *instagram* memiliki banyak peminat sehingga apa yang disampaiakn di *instagram* sangat cepat sampai kepada masyarakat" [119]

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Instagram* adalah salah satu media yang di prioritaskan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dikarenakan fitur yang menarik kemudahan saat menggunakan aplikasi ini dan pastinya sangat cepat, tepat dan hemat. Selain itu peneliti juga menyimpulkan dari wawancara di atas bahwa informasi yang disebarkan melalui *Instagram* adalah informasi terbaru seputar Kabupaten Dharmasraya, kegiatan Bupati dan Wakil Bupati, Kegiatan Dinas lainnya, Serta informasi yang berupa edukasi misalnya hari peringatan Nasional, pemnfataan media dan segala macam informasi yang didapatkan oleh admin setelah melewati penyeleksian terlebih dahulu.

2. Model Komunikasi Satu Tahap

Model kedua yang dipakai oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam pengelolaan informasi melalui *Instagram* adalah model satu tahap.Dimana model satu tahap ini sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yakni teori jarum hipodermik atau jarum suntik. Model ini beranggapan pesan yang disampaikan melalui media massa langsung

[119]Wawancara Dilakukan Misbah Khulkhair, Sebagai Kepala Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, Pada Selasa, 26 April 2022, Pukul 14.00 WIB

ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan. [120]

Berdasarkan apa yang peneliti lihat dilapangan,Dinas Kominfo Dharmasraya bidang informasi dan komunikasi publik benar menerapkan model ini dalam pengelolaan informasi melalui *instagram.* Dilihat dari postingan yang di unggah di *Instagram* dinas kominfo langsung ditujukan kepada masyarakat,[121]

informasi yang disebarkan oleh Dinas Kominfo melalui *instagram* tentu mendapatkan berbagai respon atau tanggapan dari masyarakat.Dinas kominfo Kabupaten Dharmasraya memanfaatkan *instagram* sebagai salah satu sarana untuk mempermudah dan mempercepat dalam menyebarluaskan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya kepada masyarakat.[122]

Menurut Misbah Khulkhair, tanggapan masyarakat terhadap *instagram* Dinas Kominfo dalam menyebarkan informasi seputar Kabupaten Dharmasraya sudah cukup bagus, hal ini di karenakan kami berfokus kepada bagaimana cara agar informasi ini dapat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, namun sejauh ini informasi yang kami sajikan di *instagram* kami rasa sudah cukup dibutuhkan

[120] Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hal. 69
[121] Hasil Observasi Yang Peneliti Lakukan Pada Senin, 02 Mei 2022
[122] Hasil Observasi Yang Peneliti Lakukan Pada Senin, 02 Mei 2022

oleh masrayakat Dharmasraya,seperti yang disampaikan Misbah Khulkhair yaitu :

"Sangat positif, karena jika dibandingkan dengan media sosial lainnya instagram jauh lebih mampu menyajikan informasi sangat cepat, hemat, dan mudah, kami pun dari bidang ikp memperoleh suatu kemudahan dari adanya instagram kominfo ini, apalagi akun resmi milik dinas kominfo ini kan dari kami yang banyak mengelola mulai dari website, instagram bahkan facebook dan sekarang kami sedng membuat ippd initermasuk program baruikp, namun dari banyak nya media yang kami kelola memang instagram termasuk salah satu media yang kami fokuskan saat ini mengingat instagram juga tergolong muda sehingga bnyak kaum millenial yang menggunakan instagram, selain itu instagram juga dijadikan salah satu media sosial yang terus kami perbarui untuk menyajikan berita terbaru sesuai dengan kebutuhan masyarakat. "[123]

Menurut Rian, penggunaan instagram oleh Dinas Kominfo untuk menyebarluaskan informasi seputar Dharmasraya karena di *instagram* masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada di Kabupaten Dharmasraya, sebagai berikut :

"Menurut saya penggunaan *instagram* oleh dinas kominfo untuk menyebarluaskan informasi merupakan ide yang tepat, karena melalui *instagram* ini masyarakat dapat mengetahui dengan mudah seluruh informasi yang ada di Kabupaten Dharmasraya bisa dibilang *instagram* dinas kominfo termasuk salah satu wadah informasi untuk masyarakat".[124]

Selanjutnya menurut Ahmad Supadi, pengunaan *instagram* oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya untuk menyebarkan informasi di Dharmasraya sudah sangat baik karena pemerintah mampu mamanfaatkan *instagram* sebaik mungkin sebagai media

[123]Wawancara Dilakukandengan Misbah Khulkhair, Sebagai Kepala Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, PadaRabu, 04 Mei 2022, Pukul 13.00 WIB

[124]Wawancara Dilakukan Dengan Rian, Sebagai Tenaga Peliputan Fotografer Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, Pada Rabu, 04 Mei 2022, Pukul 11.00 WIB

penyebaran informasi kepada masyarakat, seperti yang diungkapkan sebagai berikut :

" Sangat baik, karena dinas kominfo mampu memanfaatkan instagram dinas kominfo kabupaten Dharmasraya dan dikelola dengan baik oleh bidang informasi komunikasi publik"[125]

Boffin Kharsananda, Dinas Kominfo menyajikan informasi tentang Dharmasraya dizaman modern melalui *instagram* dapat mempermudah Dinas Kominfo dalam memberikan informasi dan mempermudah masyarakat menerima informasi, yaitu :

"kami memang sebagai admin dari instagram yang bertugas untuk mengelola *instagram* sangat merasa terbantu dengan adanya *instagram* ini,bahkan kami menjadikan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan, menurut kami instagram mampu menyampaikan informasi secara cepat, serta dilihat dari zaman sekarang jarang sekali orang yang tidak memiliki *instagram*, selain itu jika dilihat dari fitur-fitur media sosial lainnya *instagram* jauh lebih lengkap dari media sosial lainnya, sehingga banyak kreativitas yang kami lakukan agar masyarakat tidak merasa jenuh dengan yang dilihat di instagram kominfo[126]

Menurut Fergiyandi, *instagram* Dinas Kominfo menyajikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya yaitu :

"kami sangat memanfaatkan fungsi dari instagram ini dalam menyebarkan informasi, karena selain banyak diminati juga instagram ini sangat mudah dan mendunia serta fitur-fitur yang ada di instagram pun sangat menarik dan mudah dipahami"[127]

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan dapat disimpulkan bahwa Dinas

[125]Wawancara Dilakukan Dengan Ahmad Supadi, Sebagai Tenaga Peliputan Jurnlistik Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, Pada Selasa, 17 Mei 2022, Pukul 14.00 WIB

[126]Wawancara Dilakukan Boffin Kharsananda, Sebagai Admin Instagram Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, Pada Selasa, 26 April 2022, Pukul 10.00 WIB

[127]Wawancara Dilakukan Fergiyandi, Sebagai Admin Instagram Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, Pada Rabu, 20 April 2022, Pukul 09.00 WIB

Kominfo menyajikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya melalui *instagram* juga dapat memudahkan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat dan memudahkan penerimaan informasi oleh masyarakat dan masyarakat lebih tertarik mengakses melalui *instagram*. *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya termasuk salah satu media yang begitu penting bagi Dinas Kominfo untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

3. Model Komunikasi DeFleur

Model pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya yang ketiga adalah model komunikasi DeFleur. Model Komunikasi DeFleur yaitu, model yang mengambarkan bagaimana proses pengelolaan informasi dimulai dari sumber pengirim, pengolah informasi disini yang bertugas sebagai pengolah informasi adalah tim peliputan bidang informasi dan komunikasi publik, informasi yang disampaiakan menggunakan *Instagram* untuk kemudian di konsumsi oleh masyarakat Dharmasraya sehingga masyarakat Dharmasraya selalu mendapatkan informasi yang terbaru dan dibutuhkan oleh masyarakat.[128]

Hal ini juga di katakan oleh Boffin Kharsananda, *Instagram @dinaskominfodharmasraya* dapat menyajikan informasi yang dilihat oleh masyarakat melalui beberapa model pengelolaan, mulai dari turun

[128] Hasil Observasi Yang Dilakukan Peneliti Pada Kamis, 12 Mei 2022

kelapangan, peliputan dokumentasi dan pengeditan. Kemudian baru informasi yang didapat disajikan melalui *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya, yaitu :

> "kami sebagai admin *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya mendapatkan informasi melalui tenaga peliputan yang bertugas untuk turun kelapangan. Tenaga peliputan yang ada di bidang informasi komunikasi publik ini berjumlah 7 orang dan itu menyebar di Dharmasraya untuk mendapatkan informasi seputar Dharmasraya, tenaga peliputan itupun terbagi tugasnya ada yang hanya sekedar mengambil gambar dari kejadian atau informasi yang didapatkan ada juga yang bertugas untuk memberikan keterangan informasi dari gambar tersebut, setelah informasi didapatkan oleh tenaga peliputan nantinya akan dikirim melalui grup whatsaap dan telegram untuk selanjutnya admin instagram yang bergerak mengemas informasi itu menajdi sebuah informasi yang menarik dan tidak membosankan bagi pembaca"[129]

Kemudian Fergiyandi juga mengatakan bahwa:

> "model pengelolaan yang kami lakukan sama halnya bagaimana pengelolaan pada umumnya adalah dengan ikut turun kelapangan untuk mencari informasi setelah itu informasi yang didapatkan diedit dengan bentuk sebaik mungkin dari segi template / tampilan postingan serta caption yang ditulis dengan singkat namun sudah membuat satu pemahaman kepada masyarakat yang akan membacanya serta kami juga bersifat ramah kepada masyarakat yang memberikan komentar di postingan yang kami unggah ataupun yang menyapa kami melalui pesan di *instagram*"[130]

Dari penyampaian Fergiyandi model pengelolaan *instagram* Diskominfo dalam memberikan informasi adalah tidak jauh bedanya dengan pengelolaan pada umumnya yaitu dengan ikut turun ke lapangan dan mengemas informasi dengan sebaik mungkin agar

[129]Wawancara Dilakukan Dengan Boffin Kharsananda, Sebagai Admin Instagram Kominfo Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik , Pada Hari Senin 2022, Pukul 09.00 WIB

[130]Wawancara Dilakukan Dengan Fergiyandi, Sebagai Pemegang Akun Instagram, Pada 21 Maret 2022, Pukul 12.00 WIB

maksud dan tujuan dari informasi tersebut sampai kepada masyarakat.

Instagram adalah salah satu alat komunikasi atau media komunikasi yang sangat efektif pada saat ini untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tidak bisa dipungkiri, bahwa saat ini hampir semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa punya akun Intstagram milik pribadi maupun instansi. Hal ini juga digunakan dengan baik oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya untuk menyampaikan informasi terkait Kabupaten Dharmasraya

Menurut Ahmad Supadi mengatakan bahwa :

> "Model pengelolaan informasi yang kami lakukan sebagai tim peliputan dilapangan adalah dengan membagi tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing nya, kami yang dilapangan ini terbagi tugas nya diantaranya juru potret yang bertugas untuk mengambil gambar saja, video grafer yang bertugas untuk mengambil video kejadian atau peristiwa yang terjadi dilapangan, juru reelese yang bertugas untuk mengumpulkan setiap data yang didapatkan dilapangan kemudian langkah selanjutnya informasi yang sudah utuh tadi dikirimkan ke grup telegram untuk selanjutnya itu tanggung jawab admin masing-masing media sosial menyebarkan informasi tersebut apakah disebarkan melalui instagram, facebook, maupun website"[131]

Kemudian Rian mengatakan bahwa :

> "saya sebagai salah satu tim peliputan dari Dinas Kominfo Dharmasraya ikut terjun ke lapangan namun tugas saya dilapangan hanya sebagai juru potret ataupun gambar, setelah saya mengambil gambar tersebut saya serahkan ke editor untuk diberikan keterangan terkait gambar tersebut kami biasa menyebut nya dengan juru

[131]Wawancara Dilakukan Dengan Ahmad Supadi, Sebagai Tenaga Peliputan Jurnalistik Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, PadaKamis, 31 Maret 2022, Pukul 14.00 Wib

realisee,karena kami sudah dibagi tugasnya sedemikian agar pengelolaan ini dikelola secara teratur" [132]

Dari pendapat Rian model pengelolaan informasi itu sesuai dengan tugas masing-masing yang sudah diberikan, agar pengelolaan informasi itu teratur dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Menurut Boffin sebagai pemegang akun instagram :

" kami sebagai admin akun instagram saya hanya bertugas untuk mengupload informasi tersebut ke media instagram, sedangkan admin media sosial lainnya juga seperti itu, yang kami lakukan sebagai admin dari instagram adalah bagaimana informasi ini dikemas dengan baik itulah hal yang kami lakukan misalnya dengan mengubah bentuk dan letak serta merubah template ke bentuk sederhana namun menarik serta informasi ini mampu termakan oleh masyarakat yang awam sekalipun yang pastinya informasi itu terbaru" [133]

Berdasarkan hasil wawancara bersama Misbah Khulkhair, tim peliputan mendapatkan informasi dengan turun kelapangan sesuai agenda yang mereka dapatkan, informasi yang didapatkan diedit terlebih dahulu sesuai tugas dan bidang masing masing setelah itu informasi tersebut dilihat kembali oleh reealise apabila sudah dari tangan tim realise baru disebarluaskan kepada masyarakat melalui instagram. Seperti yang disampaikan Misbah Khulkhair sebagai berikut :

"kami mendapatkan informasi itu dengan cara turun kelapangan secara langsung, kami membagi tugas masing masing tim peliputan sesuai keahlian nya contohnya ananda ahli dibidang mengambil

[132]Wawancara Dilakukan Dengan Rian, Sebagai Tenaga Peliputan Fotografer Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, PadaKamis, 31 Maret 2022, Pukul 15.00 WIB

[133]Wawancara Dilakukan Boffin Kharsananda, Sebagai Admin Instagram Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, PadaSenin, 04 April 2022, Pukul 10.00 WIB

gambar maka dari itu kami tugaskan untuk mengambil gambar saja, begitu pula yang lainnya ahli nya dibagian jurnalistik maka kami tugaskan dibagian jurnalistik, tujuannya kenapa begitu agar menghindari kurangnya menguasai materi saat dilapangan serta hasil yang kurang memuaskan.kemudian setelah tim peliputan kami turun ke lapangan dan sudah mendapatkan informasi, informasi ini dikirimkan ke grup bidang ikp (informasi komunikasi publik)nah di situlah saling mengirimkan dan bertukar informasi sehingga tercipta lah suatu informasi yang utuh barulah informasi itu diunggah ke instagram oleh admin instagram. ”.[134]

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat simpulkan bahwa Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya sudah memiliki tugas dan wewenang masing-masingnya dan diatur secara teratur, setelah peliputan selesai informasi yang didapat oleh tim peliputan dilapangan langsung disebarluaskan kepada masyarakat Kabupaten Dharmasraya setelah melalui tahapan pengelolaan yang sudah di realisasikan selama ini.

Informasi yang disebarluaskan melalui instagram memiliki jangkauan yang sangat luas karena sifat instagram itu sendiri. Setiap pemerintah daerah memiliki akun resmi instagram untuk menginformasikan segala kegiatan yang ada didaerah. Informasi yang dibagikan melalui instagram resmi Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya tidak hanya dapat diterima oleh masyarakat yang ada

[134]Wawancara Dilakukan Misbah Khulkhair, Sebagai Kepala Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik, PadaSelasa, 26 April 2022, Pukul 11.00 WIB

didekat, masyarakat yang berada jauh juga dapat melihat informasi yang dibagikan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya.[135]

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulakan bahwa informasi yang disampaikan oleh Dinas Kominfo kepada masyarakat merupakan informasi langsung yang diliput oleh tim peliputan bidang informasi komunikasi publik dilokasi atau dilapangan kegiatan berlangsung melalui dokumentasi berupa foto-foto, setelah itu informasi tersebut diedit terlebih dahulu menjadi sebuah informasi yang utuh dan disebarluaskan kepada masyarakat, setelah itu informasi disebarluaskan dengan memanfaatkan instagram. informasi yang disebarluaskan oleh admin instagram Dinas Kominfo merupakan informasi akurat yang didapat dari lapangan untuk memberikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya. informasi yang didapatkan oleh tim peliputan Dinas Kominfo telah di jadwalkan oleh Dinas Kominfo informasi yang didapatkan disebarluaskan melalui Instagram resmi pemerintah yang dipegang langsung oleh bidang informasi dan komuniksi publik agar masyarakat mengetahui informasi terbaru.[136]

Berdasarkan observasi peneliti lakukan pelayanan informasi merupakan bentuk kinerja dari bidang ikp(informasi dan komunikasi publik) yang diberikan kepada masyarakat pengguna

[135] Hasil Observasi Peneliti Yang Dilakukan Pada Jumat 27 Mei 2022
[136] Hasil Observasi Peneliti Yang Dilakukan Pada Jumat 27 Mei 2022

informasi.ikp memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat sesuai dengan keyakinan profesi dan standar yang ditetapkan. Hal ini ditunjukan agar pelayanan informasi memiliki nilai serta dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat mengenai informasi yang disampaikan oleh bidang ikp dinas kominfo Kabupaten Dharmasraya. Informasi yang di hasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh masyarakat melalui instagram yang berkaitan dengan penyelenggara dan yang berkaitan dengan kepentingan serta kebutuhan masyarakat.[137] Kendala-kendala yang didapatkan selama mengelola informasi tentang Kabupaten Dharmasraya [138]

1. .Keterlambatan petugas peliputan

   Dalam kegiatan yang dilakukan pemerintah kendala yang dihadapi oleh admin instagram dalam pengelolaan yaitu keterlambatan petugas dalam peliputan berita karena jarak yang ditempuh cukup jauh dan kurangnya kesigapan dari anggota untuk turun kelapangan.

2. Kurangnya tenaga atau personil lapangan (tenaga peliputan)

   kendala yang dihadapi yaitu kurang nya tenaga atau personil dibagian peliputan bidang informasikomunikasi oblik sehingga ketika acara yang berdempetan tenaga peliputan

[137]Observasi, pada hari Senin, 2022, Pukul 10.00WIB
[138] Hasil Observasi Peneliti Yang Dilakukan Pada Jumat 27 Mei 2022

kewalahan dalam meliput, sehingga acara tidak bisa ter kafer semuanya.

3.Kurangnya menguasai materi saat turun kelapangan

Informan yang tidak berada dilapangan/sulit untuk mendapatkan keterangan jika ditanyai suatu peristiwa

4. Tidak mencatat hal-hal penting di kertas serta tidak record

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasraya* sebagai media informasi tentang kabupaten Dharmasraya jika ditinjau dengan komunikasi massa ada tiga model komunikasi diantaranya adalah :

1. Model Komunikasi Harold Laswell

Model pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dinas kominfo Dharmasraya yang pertama adalah model Laswell. Model ini dirasa sangat cocok dengan yang peneliti kaji karena dinas kominfo Dharmasraya mampu menfaatkan canggihnya teknlogi dengan penggunaan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan.

2. Model Komunikasi Satu Tahap

Model kedua yang dipakai oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam pengelolaan informasi melalui *Instagram* adalah model satu tahap. Dimana model satu tahap ini sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yakni teori jarum hipodermik atau jarum suntik.

3. Model Komunikasi DeFleur

Model pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya yang ketiga adalah model komunikasi DeFleur. Model Komunikasi DeFleur yaitu,

B. Saran

Adapun saran melalui penelitian ini yaitu :

1. Dinas Kominfo Dharmasraya

Diharapkan pihak dinas kominfo Dharmasraya selalu mengukur persentase kepuasaan masyarakat terhadap informasi yang disajikan di instagram dinas kominfo sebagai bahan evaluasi untuk terus maju dan berkembang.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai bentuk pemahaman dari model-model komunikasi massa dilapangan
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi dosen pengajar di IAIN Bukittinggi tentang pentingnya mata kuliah komunikasi massa khususnya di prodi komunikasi penyiaran islam.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Al- Qur'an terjemahan agama RI. Bandung 2020

Buku

Annar, Saipul . (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Palembang: Rafah Press

Ardianto, Elvinaro . (2014). *Komunikasi Massa.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta : Rineka Cipta

Berkowski, George . (2016). *How to Build a Billion Dollar App : temukan rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia.* Tanggerang: Gemilang

Best, Jhon W. (1987). *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Surabaya: Usaha Nasional

Cangara, Hafied . (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Dailey.(2009). *peculiarietes of social media integration into marketing communications*, Dubuque, IA Brown & Bencmark

Dwi Atmoko, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita

Fachrul Nurhadi, Zikri . (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana

Fitrah, Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus* . Jawa Barat: CV Jejak

Firdaus, Fakhry Zamzam. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian,*. Yogyakarta: Deepublish

Ghazali, Miliza. (2016). *buat duit dengan Facebook dan Instagram : panduan menjana pendapatan dengan Facebook dan Instagram.* Malaysia: Publshing House

Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif : teori dan praktik* .Jakarta: PT Bumi Aksara

Hendroyono , Handoko. (2012). *Brand Gardener.* Tanggerang : Literati

Handayaningrat, Soewarno . (1998). *pengantar studi dan Administrasi*. Jakarta: Haji Masagung

Heryana, Ade . (2018). *informan dan pemilihan informan dalam oenelitian kualitatif,* Modul Pembelajaran Prodi kesehatan Masyarakat, Universitas Esa Unggul

Karlinah, Siti. (2014). *Komunikasi Massa.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Komala, Lukiati. (2014). *Komunikasi Massa.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Lexy J, Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Persfektif Kualitatif.*Yogyakarta: Deepublish

Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif.* Sidoarjo: Zifatama Publisher

Mogot, Yuni . (2003). *Manajemen Surat Kabar*. Jakarta:Prenada Media group

Mc Quail, Denis. (2011). *teori Komunikasi Massa,* (Jakarta : Salemba Humanika

Nursih Wahyuni, Isti. (2014). *Komunikasi Massa*. Yogykarta: Graha Ilmu

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan riset media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenamedia Grop

Romli, Khomsahrial . *(2016). Komunikasi massa*. Jakarta: PT Grasindo

Rukajat, Ajat. (2018). *Buku Pendekatan Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Deepublish

Saebani, Ahmad & Beni. (2008). *Metodologi Penelitian.* Bandung: CV Pustaka Setia

Sayidah, Nur . (2018. *Metode Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapannya Dalam Peneltian.* Taman Sidoarjo: Zifatama Jawara

Setiansah, Mite. (2012). *Teori Komunikasi.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Siyoto, Sandu . (2015). *dasar metodologi penelitian.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sutopo, H.B. (2006). *Penelitian Kualitatif*: Dasar Teori dan terapannya dalam penelitian. Surakarta : Universitas Sebelas Maret

Syaodih Sukmadinata, Nana. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Sudirman, Acai. (2020). *Sistem Informasi Manajemen.* Medan :Yayasan kita menulis

Sugiarto, Mathew. (2018). *instagram marketing*. Jakarta selatan : PT pengembang lintas pengetahuan

Sunu Punjul Tyoso, Jaluanto. (2016). *Sistem Informasi* . Yogyakarta: Deepublish Group Penerbitan Budi Utama

Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi,* Bandung: Cv Pustaka Setia

Umri, Hengki Wijaya. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan,* Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray

Vivian, John . (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenamedia Group

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Press

Yog Kunandar, Alip . (2019). *memahami Teori-Teori Komunikasi,.* Yogyakarta: Galuh Patria

Yunaeti Anggraeni, Elisabet & Rita Irviani. (2019). *Pengantar System Informasi*. Yogyakarta : CV andi offset

Zain, Sutan Mohammad. (1996). *kamus umum bahasa Indonesi.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Zareella, Dan. (2010). *the social marketing book.* Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta

Jurnal

Desreumaux, Geoff. *" the complete history of instagram"* https://wersm.com /the-complete-history-of-instagram/prettyphoto diakses 12 januari 2022 pukul 10.00 WIB.

Disadurberdasarkanarticle

Gonzales, Phil. (2011). *Instagram 6.0 (English): How To Use Hastags In Instagram, Instagramers,* 31 Januari

Nurhasna Ayutiani, Difa & Berlian Primadani Satria Putri. (2018). "*penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner",* Profesi Humas. 3(1)

Website

Asmara, Rini. (2016). jurnal j-click. 3 (2), desember

Burch, *information Systems: teory and practice*

Dwi Atmoko, Bambang . *Instagram handbook*

(http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23/perkembangan-aolikasi-social-photo-sharing-instagram/diakses 22 februari 2022 pukul 20.30 WIB.)

https:// dharmasrayakab.go.id/profil/6/geografis.html

https://sumbar.kemenag.go.id/v2/post/1587/ sejarah-kabupaten-dharmasraya.html

http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683/8570 diakses 22 Februari 2022 pukul 09.00 WIB.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram diakses 22 februari 2022 pukul 09.30 WIB.

Nurul Fahmi, Muhammad, (2019). *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hokum Islam, Jurnal Studi Islam.* 1.(1), Hal. 5

Saputri, Yulia . *Optimasi Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak*. jurnal inovasi penelitian ilmiah. 1.(8). Januari 2021, hal. 1703

Syahreza, M. Fachri & Irwan Syari Tanjung. (2018).*" Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*". Jurnal Interaksi, 1 (Januari), hal. 72-73

Syahreza, M. Fachri & Irwan Syari Tanjung. (2018). *" Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*", Jurnal Interaksi, 1 Januari 2018, hal. 72-73

widayanti, Riya. (2015). " *pemanfaatan media sosial untuk penyebaran informasi kegiatan sekolah menengah kejuruan pasundan tenggerang*". jurnal : abdimas. Vol.1 no 2

Skripsi

Nasyroh, Fitri Alam, (2020). *Strategi Pengelolaan Instagram @Ponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.* Ponorogo

Revaldo, Muhammad Ari, (2021), *Efektifitas Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Banyumasin.* Palembang

Fitriani, Rika, (2018). *Strategi Pengelolaan Akaun Instagram Dalam Membangun Personal Branding Selebgram.* Serang

Briliana, Maria Friska, (2015). *Sistem Informasi Tugas Akhir Mahasiswa Teknik Informatika Niversitas Sanata Dharma Yogyakarta.* Yogyakarta

Nurshabrina, Dinda. (2018), *Pemanfaatan Website Dinas Komunikasi Dan Informatika Asahan Dalam Menyebarkan Informasi Internet Sehat Di Kabupaten Asahan.* Medan

Wawancara

Fergiyandi.(2022, Januari 17). *Personal interview*

Kharsananda, Boffin.(2022, April 25). *Personal interview*

Dokumentasi Yang Peneliti Dapatkan Dari Instagram Dinas Kominfo

Khilkhair.Misbah.(2022, April 26). *Personal interview*

Khulkhair, Misbah.(2022,Mei 04). *Personal interview*

Rian.(2022,Mei 04). *Personal interview*

Supadi, Ahmad. (2022, Mei 17). *Personal interview*

Kharsananda, Boffin. (2022,April 26). *Personal interview*

Fergiyandi.(2022, April 20). *Personal interview*

Fergiyandi.(2022,Maret 21). *Personal interview*

Supadi, Ahmad. (2022,Maret 31). *Personal interview*

Rian.(2022,Maret 31). *Personal Interview*

Kharsananda, Boffin.(2022, April 04). *Personal interview*

Observasi

Hasil Observasi Peneliti Yang Dilakukan Pada Jumat 27 Mei 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Pada 19 April 2022

Hasil Observasi Yang Peneliti Lakukan Pada Senin, 02 Mei 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Kamis, 07 April 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Peneliti Pada Kamis, 12 Mei 2022