

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era baru sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 tahun 2008. Humas Pemerintah bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan publik yang semakin meningkat akan keterbukaan informasi, terutama dalam hal memberikan layanan informasi kepada publik. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat harus optimal dan kredibel. Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu bentuk transparansi informasi.

Sebelum adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) pada era orde baru masyarakat kurang mendapat akses untuk mengetahui informasi tentang Pemerintah. Disahkannya Undang-Undang keterbukaan informasi publik dapat membuka akses untuk memberikan pelayanan informasi kepada publik mengenai informasi yang berkaitan dengan Pemerintah. Era keterbukaan informasi saat ini, menjadikan masyarakat semakin pintar dan semakin *well informed* atas pelayanan informasi publik. Transparansi informasi publik akan memberi dampak positif baik bagi pemerintah maupun masyarakat. Bagi pemerintah, penerapan transparansi informasi dapat mendorong peningkatan produktivitas, pelayanan yang lebih baik, dan akuntabilitas program kerja pemerintah. Bagi masyarakat, selain mengetahui setiap kebijakan dan program yang dilaksanakan oleh pemerintah, hak masyarakat atas pelayanan informasi publik harus dilaksanakan.

Menyediakan pelayanan informasi publik merupakan kewajiban Pemerintah sesuai dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Informasi adalah data yang diolah untuk digunakan oleh individu, organisasi, atau siapa saja yang membutuhkannya (Mulyani, 2016: 17). Dalam implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik, Pemerintah sebagai pelaksana keterbukaan informasi wajib menyediakan dan memberikan

informasi kepada publik yang berada dibawah kewenangannya kecuali informasi yang dikecualikan sesuai ketentuan undang-undang yang berlaku. Pelaksanaan kebijakan keterbukaan informasi kepada publik dilaksanakan secara konsisten sesuai dengan peraturan yang berlaku, namun juga harus ada kesetaraan pemerintah dan masyarakat sebagai pengakses informasi.

Pelaksanaan pelayanan informasi publik sesuai dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, Pemerintah harus mengembangkan sistem informasi yang dapat di akses oleh publik dengan mudah. Dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut, Pemerintah melakukan kegiatan *public relations* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi atau bisa disebut dengan *Cyber Public Relations* (Hidayat, 2014). *Cyber Public Relations* berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada publik menggunakan internet sebagai sarana publikasi. Perkembangan teknologi informasi menjadikan aktivitas sehari-hari akan menggunakan teknologi digital. Untuk memenuhi harapan publik dan tantangan global yang dipengaruhi oleh perubahan dan kemajuan, khususnya di bidang teknologi. Pelayanan publik dapat dilakukan dengan menyampaikan data dan menyampaikan informasi secara berkala tentang kebijakan dan rencana pemerintah kepada publik, serta menyampaikan informasi dari pusat dan daerah kepada publik secara cepat, akurat dan bermutu tinggi. Humas Pemerintah pusat maupun daerah dituntut untuk melakukan cara baru dan mengembangkan sistem informasi yang dapat di akses oleh publik dengan efektif dan efisien. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah untuk mengembangkan sistem informasi dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan sebagai media pelayanan informasi publik yaitu instagram. Adanya media informasi merupakan perwujudan keberhasilan Pemerintah dalam melaksanakan kebijakan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik.

Media sosial adalah jejaring online yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi sosial seperti memperkenalkan diri, saling berinteraksi dengan fitur-fitur yang mendukung, dan dapat berkolaborasi (Nasrullah, 2016:13). Media sosial adalah alat untuk meningkatkan pengguna untuk

berbagi (*to share*) bekerja sama antar pengguna (*to cooperate*) yang semuanya berada di luar kelembagaan dan organisasi (Nasrullah: 2016). Sedangkan instagram merupakan suatu media sosial yang fokus pada visualisasi sebuah objek baik berupa foto maupun video yang dapat diakses secara online. . Perpaduan makna instan dan gram ini memungkinkan untuk menyampaikan informasi berupa visualisasi gambar dengan cepat kepada orang lain (Difika, 2016). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital. Data dari *We Are Social* Indonesia per Januari 2021 pengguna internet mengalami kenaikan 73,7% atau menembus 202,6 juta pengguna internet dari total populasi 274,9 juta pengguna aktif. Jika dibandingkan dengan tahun 2020 terdapat penambahan 27 juta pengguna internet di Indonesia ( diakses melalui <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/03/09/pandemi-bikin-akses-data-internet-terus-tumbuh>, pada 13 September 2021). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh GWI instagram menempati urutan ke-3 dari 10 media sosial terpopuler (diakses melalui <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>, pada 13 September 2021). Dari data tersebut pemilihan media sosial instagram potensial dalam menyampaikan informasi ke masyarakat luas.

Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul memiliki kewajiban sebagai penyedia informasi untuk publik. Seiring perkembangan internet saat ini, Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul beradaptasi ke arah digital. Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul menyadari bahwa publik saat ini membutuhkan informasi yang cepat dan mudah diakses. Salah satu cara untuk mendefinisikan hal tersebut yakni penggunaan media sosial instagram untuk keperluan penyebaran informasi. Instagram menjadi salah satu media sosial yang dipilih oleh Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul untuk menyebarkan informasi kepada publik.

Akun instagram @humasprotokolbantul aktif pada tahun 2017 bulan September, per bulan April tahun 2021 tercatat 21,222 pengikut yang dimiliki instagram bagian Humas dan Protokol Bantul dan tercatat data dari fitur jangkauan pengguna di instagram kurang lebih sebanyak 99.000 pengguna aktif

instagram di Kabupaten Bantul. Adanya penggunaan media sosial instagram ini diharapkan dapat memberikan informasi yang utuh, faktual dan *real time* kepada publik, khususnya warga Kabupaten Bantul.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, dalam Praktik Kerja Lapangan di Humas dan Protokol Kabupaten Bantul, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pemanfaatan akun Instagram @humasprotokolbantul sebagai sarana informasi publik?”.

## **C. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Maksud dan tujuan penulis mengikuti praktik kerja lapangan adalah

- a) Mempelajari pemanfaatan media sosial di Pemerintah Kabupaten Bantul sebagai sarana informasi publik.
- b) Mengetahui cara Humas Pemerintah Kabupaten Bantul dalam mengelola konten di Instagram.
- c) Menambah wawasan dalam menyampaikan informasi melalui media soisal.

## **D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

Manfaat Praktik Kerja Lapangan Bagi Penulis :

- a) Penulis mendapat relasi dari tempat magang.
- b) Melatih skils yang telah di dapat saat masa perkuliahan.
- c) Penulis dapat mempraktikkan secara langsung bagaimana cara kerja sebagai humas di pemerintahan.
- d) Mendapatkan ilmu secara langsung bersama praktisi humas di pemerintah.

Manfaat Praktik Kerja Lapangan Bagi Instansi :

- a) Mendapatkan bantuan Sumber Daya Manusia (SDM).
- b) Instansi dapat bertukar pikiran dari mahasiswa magang.
- c) Mahasiswa magang dapat membantu pekerjaan-pekerjaan di instansi terkait.

## **E. Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan**

### **Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

Tanggal : 22 Februari – 22 April 2021 (2 bulan)

Hari Kerja : Senin – Jum'at

Jam Kerja : 07.30 – 15.30 WIB

### **Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

Nama Instansi : Pemerintah Kabupaten Bantul

Bidang : Sub Bagian Humas dan Protokol Pemerintah  
Kabupaten Bantul

Alamat Instansi : Jalan Robert Wolter Monginsidi No. 1 Bantul

Telepon : (0274) 367509

Email : [protokol.bantul@bantulkab.go.id](mailto:protokol.bantul@bantulkab.go.id)

Instagram : @humasprotokolbantul

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Humas dan Protokol Bantul ada beberapa teknik dalam pengumpulan data yang di gunakan yaitu:

### **a. Data Primer**

#### **1. Wawancara**

Menurut Ruslan (2004 : 23) wawancara adalah satu bentuk pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan tatap muka (*face to face interview*). Untuk mendapatkan data penulis melakukan wawancara langsung saat praktik kerja lapangan dengan Bapak Beni Sasangka, SE sebagai kepala sub bagian Hubungan Masyarakat.

## 2. Observasi

Menurut Ruslan (2003) observasi adalah proses merekam suatu peristiwa tanpa ada pertanyaan dan berkomunikasi dengan individu yang dipelajari. Penulis menggunakan metode pengumpulan data observasi selama praktik kerja lapangan di Humas dan Protokol Bantul selama dua bulan yaitu dengan mengamati kinerja secara langsung dari staf humas.

### **b. Data Sekunder**

#### 1. Dokumentasi

Metode pengumpulan data atau dokumen melalui gambar dan media tulis, atau diproduksi langsung oleh subjek terkait untuk memperoleh pendapat tentang subjek tersebut (Herdiansyah Haris, 143). Penulis melakukan dokumentasi selama praktik kerja lapangan yaitu saat peliputan dan hasil dokumentasi tersebut di unggah melalui akun instagram @humasprotokolbantul untuk memperkuat informasi yang diberikan kepada publik dan untuk melengkapi data pada penulisan laporan yang dimiliki oleh penulis. Berikut kegiatan yang di dokumentasikan oleh penulis :

- a. Tinjauan pengembangan argowisata di Nawungan 1, Lenteng, Selopamiro pada tanggal 1 April 2021.
- b. Sosialisasi penerapan manajemen kinerja, tata cara pengisian jabatan tinggi dan disiplin PNS di Kabupaten Bantul dilaksanakan pada tanggal 22 April 2021 di Gedung Induk Komplek Parasamaya.
- c. Sosialisasi PPBMP dilaksanakan pada tanggal 5 Maret 2021 di Pendopo Rumah Dinas Bupati.
- d. Audiensi laporan masa kinerja penggurs dari Dewan Pendidikan Kabupaten Bantul pada masa bakti 2016-2021 dilaksanakan pada 31 Maret 2021 di ruang kerja Wakil Bupati.

## 2. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan suatu metode pengumpulan dokumen dan data pendukung yang akurat dengan menelaah buku, catatan, laporan, dan artikel yang berhubungan pada suatu permasalahan untuk diselesaikan (Nazir, 2013 : 93). Penulis menyusun laporan dengan menggunakan sumber yang ada di buku dan internet.

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **A. Penegasan Judul**

Penulisan Laporan Tugas Akhir (TA) Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang penulis buat adalah fokus membahas tentang “Pemanfaatan Akun Instagram @humasprotokolbantul Sebagai Sarana Informasi Publik”. Pemanfaatan instagram ini bertujuan untuk menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Di era keterbukaan informasi dan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik menjadikan instansi Pemerintah mewajibkan untuk mengimplementasikan Undang-Undang tersebut. Sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik No 14 Tahun 2008 bab IV Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul menggunakan penyebaran informasi dengan jenis informasi yang wajib diumumkan secara berkala yaitu jenis informasi yang wajib diumumkan dan disediakan kepada publik yang berkaitan dengan Pemerintah termasuk laporan kinerja dan kebijakan atau peraturan Pemerintah yang berlaku sesuai dengan Undang-Undang. Informasi yang wajib di umumkan serta merta yaitu informasi yang harus diberikan saat itu juga yang bersifat tidak boleh ada nya penundaan, karena informasi tersebut berkaitan dengan hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Informasi yang wajib diumumkan setiap saat yaitu informasi yang berkaitan dengan badan publik, seperti kebijakan dan hasil keputusan.

Pemanfaatan akun instagram @humasprotokolbantul dikaji dengan menggunakan manfaat penggunaan media sosial oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Menpan RB RI) pada tahun 2012 yaitu menyebarluaskan informasi Pemerintah kepada publik yang dimaksud adalah informasi yang berada di bawah naungan Pemerintah akan di *share* melalui media penyebaran informasi sesuai dengan peraturan yang berlaku agar dapat dijangkau oleh masyarakat. Membangun peran aparatur negara dan



masyarakat melalui media sosial yaitu menginformasikan kegiatan yang sesuai dengan program kerja yang sedang dijalankan oleh Pemerintah dan disebarluaskan kepada publik melalui media penyebaran informasi media sosial instagram. Menyosialisasikan strategi dan tujuan pembangunan di masa depan yaitu menyosialisasikan program kerja yang sedang atau akan dilakukan oleh Pemerintah.

## **B. Landasan Konseptual**

### **1. Public Relations**

#### **a. Pengertian Public Relations**

Menurut Jeffkins (1992:9) Public Relations merupakan bentuk komunikasi internal dan eksternal yang direncanakan antara suatu organisasi dengan seluruh pemangku kepentingannya untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan saling pengertian. Cutlip, Center and Broom (2006:6) berpendapat bahwa public relations merupakan fungsi manajemen untuk membangun, menjaga hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa public relations adalah suatu kegiatan untuk menjalin hubungan yang baik dengan massa. Humas menjaga komunikasi yang baik dan lancar antara organisasi internal dan eksternal.

#### **b. Fungsi Humas**

Menurut (Cutlip dan Center, 2006:38) fungsi Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kegiatan manajemen utama (fungsi yang ditugaskan pada manajemen lembaga atau organisasi) untuk mencapai tujuan bersama.
2. Menjalinkan hubungan yang baik antara badan organisasi dengan publik sebagai objek sasaran.
3. Menentukan pandangan, persepsi dan aksi publik untuk organisasi yang diwakilkan dan sebaliknya.

4. Bertujuan untuk kepentingan bersama, melayani keinginan publik dan memberikan kontribusi demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. Kegiatan komunikasi timbal balik (dua arah) melibatkan satu pihak melakukan fungsi komunikasi berupa penyebaran informasi, dan pihak lain berkomunikasi secara langsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik (Ruslan dalam Mukarom dan Laksana 2015:276).

c. Tugas Humas

Menurut Kusumawati (2002:37) tugas humas adalah:

1. Humas instansi pemerintah bertanggungjawab untuk mempublikasikan kebijakan pemerintah dan memberikan informasi secara berkala.
2. Memberikan informasi tentang kebijakan pemerintah, rencana dan hasil operasional.
3. Memberikan pemahaman masyarakat tentang aturan atau hukum yang mempengaruhi kehidupan sosial.

Menurut (Cutlip dan Broom, dalam Firsan, 2014:23-24) tugas humas adalah sebagai berikut :

1. Menulis, mengedit dan menyusun *release* berita dalam bentuk siaran atau cetak.
2. Menjalinkan hubungan dengan media yaitu dengan surat kabar, majalah, penulis untuk menerbitkan berita tentang instansi, menanggapi kebutuhan informasi oleh media, memeriksa berita dan membuka akses ke sumber Lembaga.
3. Melakukan riset yaitu dengan pengumpulan informasi tentang opini publik, tentang isu yang berkembang dan liputan media.
4. Menjalankan acara special yaitu mengatur konferensi pers untuk organisasi dan pengelolaan acara yang berlangsung di dalam instansi.

## **2. Humas Pemerintah**

### **a. Definisi Humas Pemerintah**

Peraturan Menteri Negara untuk Persetujuan Perangkat Nasional tentang Pedoman Humas Pemerintah Umum PER/12/M.PAN/08/2007 pada Pasal 1 ayat (1) hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah untuk selanjutnya disebut humas pemerintah adalah aktivitas Lembaga dan individu, yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi kepada publik pemangku kepentingan dan sebaliknya. Pasal 1 ayat (2) menyebutkan humas pemerintah adalah unit organisasi dalam suatu lembaga pemerintah yang melakukan fungsi manajemen bidang informasi dan komunikasi.

Menurut Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 (tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintahan) dan Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor PER/12/M.PAN/08/TAHUN 2007 (tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah) menyatakan bahwa definisi Humas Pemerintah adalah aktivitas lembaga negara dan atau individu yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik, pemangku kepentingan (stakeholder), serta warga negara atau masyarakat dan sebaliknya.

Peraturan Menteri Negara tentang Reformasi Birokrasi di Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Humas Instansi Pemerintah adalah sebagai berikut:

1. Melakukan komunikasi dua arah antara instansi pemerintah dengan masyarakat untuk membangun saling pengertian dalam mencapai tujuan yang saling menguntungkan.
2. Meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik. Meminimalkan kendala guna melancarkan arus informasi dan kemudahan akses publik.

3. Meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah.

4) Membangun citra dan reputasi positif.

b. Tugas Humas Pemerintah

Humas pemerintah memiliki tugas yaitu diantaranya :

1. Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah
2. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah.
3. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan.
4. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah.
5. Mengelola informasi internal.
6. Memfasilitasi hubungan media.
7. Membangun komunitas dan bangsa.

Ruang lingkup Humas menurut (Kriyantono dalam Suprawoto, 2018) yaitu:

1. *Publication dan Publicity*

Memperkenalkan instansi dan organisasi kepada publik melalui berbagai media maupun dalam publikasi dan kehumasan media baru.

2. *Event*

Menyelenggarakan acara dan kegiatan dalam upaya membentuk suatu citra. Kegiatan ini bisa berbentuk mandiri seperti menghadiri pameran atau menjadi sponsor dalam acara tertentu.

3. *News*

Humas membutuhkan keterampilan menulis untuk siaran pers berita.

4. *Community involvement* adalah memupuk keterlibatan masyarakat sekitar.

5. *Identity media*

Peran humas adalah membangun hubungan dengan media. Hubungan masyarakat melalui media sangatlah penting dan sebaliknya. Media membutuhkan Humas sebagai sumber berita.

## 6. *Lobbying*

Hubungan masyarakat membutuhkan daya persuasif dan daya negosiasi. Teknologi ini sangat penting, terutama ketika perusahaan atau organisasi menghadapi krisis atau bentuk lainnya.

## 7. *Social investmen*

Humas membutuhkan program-program untuk kepentingan sosial, seperti program bantuan medis bencana, beasiswa dan pengobatan gratis.

### **3. *Cyber Public relations***

#### *a. Definisi Cyber Public Relations*

Menurut Bob Julius Onggo (2004) *Cyber Public Relations* adalah kegiatan *public relations* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh *public relations* untuk membangun merek atau brand dan memelihara kepercayaan publik. Sedangkan kegunaan lainnya adalah internet digunakan pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Selain itu juga untuk menyebarkan informasi dalam bentuk *newsletter* elektronik, *press release* yang dapat diakses oleh semua orang termasuk media (Soemirat & Ardianto, 2003:191)

*Cyber Public Relations* merupakan cara yang dilakukan oleh *public relations* untuk menjalin hubungan dengan khalayak dengan menggunakan media internet. Pengaruh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut terhadap aktivitas *public relations* dapat berbentuk sebagai alat *Public relations* ataupun sebuah bentuk baru dari kegiatan *Public relations*, yang memunculkan istilah *Cyber Public Relations*. Kehadiran internet bagi aktivitas kehumasan, terutama dalam *Cyber Public Relations* membawa perspektif dan pola baru komunikasi. Perubahan pola komunikasi inilah yang memungkinkan praktisi humas mampu memberikan informasi yang bersifat fleksibel dan aktual serta bisa diakses oleh siapapun, kapanpun, dan di manapun.

### *b. Jenis Media Cyber*

Menurut Dasrun Hidayat (2014) Media Cyber atau media kontemporer dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. Media Massa Online, yaitu online magazine, online newspaper, digital television dan digital radio. Kecanggihan teknologi yang dimanfaatkan dengan baik oleh PR perusahaan tentu sangat berguna bagi kemajuan perusahaan. Bahkan kesadaran ini semakin meningkat dengan adanya dokumentasi kegiatan perusahaan yang kemudian diunggah di media sosial. Tujuannya sama yakni untuk mensosialisasikan perusahaan kepada publik secara cepat dan seluas-luasnya.

2. Media Non-Massa Online, yang terdiri dari videoconference, chatting dan teleconference. Media ini dapat digunakan oleh satu orang atau lebih yang dilakukan melalui telepon atau jaringan internet dan memungkinkan penggunanya dapat saling melihat dan mendengar (videoconference) apa yang sedang dibicarakan.

3. Media Sosial Online. Kehadiran sosial media dapat mempermudah PR dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan khalayak (publik sasaran). Dengan menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, dan sebagainya dapat membantu menyebarkan informasi perusahaan atau organisasi. Melalui sosial media, PR bisa lebih mudah menyampaikan informasi tentang event yang dilakukan perusahaan, berkomunikasi secara langsung dengan khalayak, dan 13 mengetahui tanggapan khalayak mengenai perusahaan tersebut.

## **4. Media sosial**

### **a. Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah jejaring online yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi sosial seperti memperkenalkan diri, saling berinteraksi dengan fitur-fitur yang mendukung, dan dapat berkolaborasi (Nasrullah, 2016).

## b. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut (Rulli Nasrullah, 2016) jenis-jenis media sosial sebagai berikut :

### 1. Media Sharing

Media sharing merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi media dengan dokumen, video, audio, dan gambar. Beberapa contoh media sharing ini antara lain yaitu Instagram, YouTube, dan Facebook.

### 2. Blog

Blog adalah media sosial dimana penggunanya dapat mengunggah aktivitas sehari-hari dan saling berkomentar atau berbagi tautan dan informasi web lainnya. Konten yang dibuat oleh pemilik blog biasanya berupa pengalaman pribadi. Menurut mekanisme, blog dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu dalam kategori beranda pribadi di mana pemilik menggunakan nama domain mereka seperti .com atau .net, yang lainnya adalah Wordpress (www.wordpress.com) atau Blogspot (www.blogspot.com). .com).

### 3. Microblogging

Microblog adalah jenis media sosial tempat pengguna menulis dan memposting aktivitas atau komentar. Secara historis, kehadiran media sosial jenis ini berarti munculnya Twitter, yang hanya menawarkan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

### 4. Social Bookmarking

Bookmarking adalah jenis media fungsional yang dapat mengatur, menyimpan, mengelola, dan mengambil informasi atau berita tertentu secara online. Dalam perkembangannya, situs *social bookmarking* ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memuat informasi tentang beberapa banyak website yang telah diakses termasuk konten di media sosial serta komentar pada konten tersebut. Situs *Social Bookmarking* yang populer antara lain Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com dan LintasMe di Indonesia.

## 6. Wiki

Wiki atau media konten bersama adalah situs yang kontennya merupakan hasil kolaborasi pengguna. Wiki mengacu sebagai media kolaboratif untuk konten bersama. Situs wiki hanya menyediakan perangkat lunak yang memungkinkan siapa saja untuk mengetik, mengedit, dan mengomentari apa yang sedang dijelaskan. Pengguna yang berkontribusi pada wiki dapat melihat bagaimana perubahan item terjadi secara kronologis atau historis. Sexena (2014) mengembangkan kategori keterbukaan wiki (konten dapat diakses secara bebas oleh pengguna) dan pribadi (setelah mendapatkan akses admin atau admin).

### c. Fungsi Media Sosial

Menurut (Hidayat, 2014) Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

1. Media sosial adalah media yang dirancang menggunakan internet untuk memperluas interaksi sosial manusia.
2. Media sosial mengubah komunikasi satu arah dengan media penyiaran dari satu institusi media menjadi khalayak yang besar (“one to many”) menjadi komunikasi interaktif antara banyak pengguna (“many to many”).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mengubah manusia menjadi pencipta pesan itu sendiri dari pengguna dalam isi pesan.

### d. Manfaat Media Sosial Bagi Humas

Penggunaan media sosial oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Menpan RB RI) pada tahun 2012 menetapkan bahwa media sosial dapat beradaptasi dengan kepentingan setiap instansi pemerintah dan masyarakat. Manfaat media sosial adalah sebagai berikut:



1. Menyebarluaskan informasi pemerintah kepada publik.
2. Membangun peran aparatur negara dan masyarakat melalui media sosial.
3. Menyosialisasikan strategi dan tujuan pembangunan di masa depan.
4. Membangun interaksi antara pemerintah dan masyarakat.
5. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik dalam kebijakan dan rencana pemerintah.
6. Menggali keinginan, pendapat, dan komentar publik tentang kebijakan dan program pemerintah.

Manfaat pemerintah dalam menggunakan media sosial yaitu :

1. Efisiensi sumber daya yang relatif lebih sedikit dapat menjangkau masyarakat dengan cepat.
2. Kemudahan layanan dan kenyamanan pengguna, yaitu mampu memberikan layanan masyarakat secara daring yang dapat di akses 24 jam 7 hari seminggu dari seluruh dunia.
3. Keterlibatan masyarakat, yaitu partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam proses demokrasi pemerintah (eDemocracy).

## **5. Instagram**

### **a. Pengertian Instagram**

Instagram adalah suatu media sosial yang fokus pada visualisasi sebuah objek baik berupa foto maupun video yang dapat diakses secara online. Dari asal katanya, instagram terdiri dari dua kata yakni instan yang bermakna langsung dan gram yang berasal dari kata telegram. Perpaduan makna instan dan gram ini memungkinkan untuk menyampaikan informasi berupa visualisasi gambar dengan cepat kepada orang lain (Difika, 2016).

Instagram merupakan salah satu platform yang memungkinkan untuk penggunaanya saling berinteraksi. Hal ini dapat dilakukan dengan saling menerima pertemanan, pesan langsung, dan berinteraksi pada kolom komentar yang tersedia. Selain pertemanan, instagram memiliki fitur yang sangat mendukung untuk berbagi video dan foto. Video dan foto yang telah

diunggah oleh seorang pengguna dapat diakses secara terbuka oleh pengguna lain.

Para pengguna instagram dapat saling menelusuri konten yang telah diunggah. Selain itu, hal yang tidak kalah menarik adalah saat pengguna mengunggah suatu konten dapat menandai tempat sesuai yang dikehendaki. Hal ini memungkinkan pengguna lain untuk menelusuri lokasi yang telah ditandai. Instagram ini juga memudahkan pengguna untuk dapat terhubung dengan akun sosial media yang lain (Difika, 2016).

#### b. Logo dan Simbol-simbol Instagram

Kevin Systrom pendiri instagram adalah orang pertama yang mendesain logo instagram. Saat pertama pembuatan logo desainer dan kreator Instagram kurang memperhatikan logo tersebut. Saat aplikasi diluncurkan, desain logo untuk Instagram sangat mirip dengan kamera asli, sehingga Systrom menyarankan ide itu kepada ColeRise seorang desainer dan fotografer profesional jika ingin mengubah logo Instagram menjadi sesuatu yang lebih unik. Ide pertama untuk membuat logo untuk Instagram adalah logo kamera tahun 1940 an berdasarkan kamera merek Bell & Howel. Rise memiliki cita rasa yang unik dan menarik pada instagram serta menawarkan desain logo Instagram versi terakhir dari logo Rise tersedia dalam format Instagram 2.0 pada tahun 2011. Berikut adalah perubahan logo buatan Systrom dan Cole Rise tersebut :



Gambar 2.1

*Logo lama Instagram Systrom*

*Sumber : cnnindonesia.com*



Gambar 2.2

*Logo Instagram Desain Cole Rise*

*Sumber :cnnindonesia.com*

Diubah kembali oleh Instagram setelah 5 tahun logo ini telah diubah menjadi desain datar baru. Garis besar adalah gradien yang menggabungkan warna ungu, pink, oranye, dan ungu dengan latar belakang putih. Logo baru ini bertujuan untuk membuat aplikasi lebih modern dan relevan di era seperti saat ini di mana sebagian besar pengguna akan mengambil gambar dari *smartphone*. Pendiri instagram menjelaskan logo yang ada tidak mencerminkan brand atau komunitas, namun logo baru memberikan kesan yang lebih fleksibel dan dinamis serta memberikan efek positif bagi pengguna. Berikut logo Instagram baru, yang digunakan sampai sekarang:



Gambar 2.3

*Logo Instagram Desain Ian Spalter*

*Sumber : cnnindonesia.com*

### c. Fitur Yang Ada di Instagram

#### 1. Explore

Instagram selalu meningkatkan dan mengoptimalkan fitur-fitur yang dimiliki. Seperti pada Juni 2012, Instagram mulai memperkenalkan fitur explore untuk menyajikan foto yang diambil dari area sekitar dan menu navigasi yang dapat dilihat oleh pengguna Instagram dengan pencarian yang dikehendaki. Kemudian pada Juni 2015 fitur ini diperbarui dengan menyajikan pencarian lokasi sehingga dapat menampilkan lokasi populer yang telah di *mention* oleh para pengguna Instagram. Akhir-akhir ini Instagram pun semakin mengoptimalkan fiturnya dengan menambahkan fitur Instagram Live dan Instagram Story, sehingga pengguna Instagram semakin interaktif satu sama lain.

#### 3. Instagram Direct

Instagram Direct adalah fungsi bagi pengguna untuk berinteraksi melalui pesan pribadi. Pengguna lain dapat mengirim pesan pribadi foto, video dan dokumen. Dengan Instagram Direct dapat memposting foto hingga 15 orang. Fitur ini diumumkan secara resmi di aplikasi Instagram pada tahun 2013 dan diperbarui pada tahun 2015.

#### 4. Instagram TV

Instagram TV adalah fitur Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah video berdurasi panjang. Dengan Instagram TV, dapat mengunggah video berdurasi sekitar 1 sampai 15 menit. Untuk akun yang sudah diverifikasi oleh Instagram, dapat mengunggah video berdurasi hingga satu jam.

#### 5. Instagram Story

Pada Agustus 2016, Instagram meluncurkan fitur yang bernama Instagram Story. Instagram *story* merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video, atau menambahkan efek. Selain itu, Instagram Story juga dapat memungkinkan pengguna untuk menambahkan filter. Gambar atau video yang diunggah pada Instagram Story memiliki masa kadaluwarsa setelah 24 jam.

## **6. Informasi**

### **a. Pengertian Informasi**

Menurut (Anggraeni dan Irvani, 2017) informasi adalah data yang diolah dengan tujuan agar informasi tersebut lebih bermakna bagi penerimanya dan mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan atas situasi. Menurut (Mulyani, 2016: 17) informasi adalah data yang diolah untuk individu, organisasi, atau siapa saja yang membutuhkannya.

### **b. Jenis-Jenis Informasi Publik**

Dalam undang-undang nomor 14 tahun 2008 bab IV disebutkan ada tiga jenis informasi yang wajib disediakan dan diumumkan, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala**

Informasi yang wajib di sediakan secara berkala adalah informasi yang berkaitan dengan badan publik, kegiatan kinerja, peraturan/ kebijakan dan informasi lain yang diatur dalam undang undang. Dalam hal ini yaitu seperti profil badan publik, laporan kinerja badan publik, dan juga peraturan gubernur terkait dengan bidang kerja badan publik.

#### **2. Informasi yang wajib diumumkan secara serta merta**

Informasi ini adalah informasi yang harus di update pada saat itu juga yang sifatnya dapat mengancam hidup orang banyak dan ketertiban umum.

#### **3. Informasi yang wajib disediakan setiap saat**

Informasi yang wajib tersedia setiap saat adalah seluruh informasi yang berada dibawah penguasaan badan publik seperti hasil keputusan badan publik dan pertimbangannya.

#### d. Segmentasi Publik

Menurut Suprpti (2010 : 39) terdapat empat pendekatan untuk segmentasi publik yang biasanya harus digunakan dengan mengkombinasikannya satu sama lainnya sehingga diperoleh gambaran yang terinci tentang publik sasaran program kehumasan. Keempat pendekatan segmentasi tersebut yaitu :

##### . 1. Segmentasi geografis

Segmentasi geograsi merupakan tindakan pembagian pasar ke dalam unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian atau provinsi, kabupaten, kota, atau wilayah lainnya. Alasan yang mendasari pembagian pasar berdasarkan wilayah geografis ini adalah bahwa orang-orang yang hidup di satu wilayah memiliki kebutuhan atau keinginan yang hampir sama dan kebutuhan atau keinginan itu berbeda dengan yang dimiliki oleh orang-orang dari wilayah geografis lainnya

##### 2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasar variabel demografis seperti umur, jenis kelamin, status perkawinan, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Segmentasi pasar berdasar variabel demografis paling cocok menggambarkan kebutuhan, keinginan, dan tingkat pemakaian konsumen atau publik.

##### 3. Segmentasi psikografis

Segmentasi psikografis adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasar kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Variabel segmentasi ini biasanya dikombinasikan dengan variabel demografis karena seringkali terjadi orang-orang yang berada pada satu kelompok demografis memiliki ciri atau karakteristik psikografis yang berbeda. Karena itu, dalam memilih segmen pasarnya, pemasar

mengkombinasikan variabel demografis dan psikografis untuk merancang strategi yang tepat.

#### 4. Segmentasi berdasar perilaku

Segmentasi berdasar perilaku merupakan upaya pembagian pasar ke dalam segmen atau kelompok- kelompok berbeda berdasar saat pembelian, manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat penggunaan, sikap, atau respon mereka terhadap sebuah produk.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari data dan fakta Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul penulis dapat menarik kesimpulan mengenai pemanfaatan akun instagram yang dikelola oleh Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul berdasarkan bab sebelumnya yaitu :

1. Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul memanfaatkan akun instagram @humasprotokolbantul sudah mengaplikasikan sesuai dengan penggunaan media sosial oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Menpan RB RI) pada tahun 2012 sebagai (1) media penyebaran informasi kepada publik, (2) membangun peran aparatur negara dan masyarakat melalui media sosial dan (3) mensosialisasikan strategi dan tujuan pembangunan di masa depan. Namun, Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul belum memanfaatkan instagram untuk membangun interaksi antara Pemerintah dengan publik, meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik dalam kebijakan dan rencana Pemerintah, dan menggali keinginan, pendapat, dan komentar publik tentang kebijakan dan program pemerintah.
2. Dalam memanfaatkan akun instagram @humasprotokolbantul masih bersifat komunikasi searah.
3. Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul memanfaatkan akun instagram @humasprotokolbantul untuk menyebarkan informasi kepada publik sudah mengaplikasikan sesuai dengan jenis informasi menurut Undang-undang nomor 14 tahun 2008 bab IV yaitu (1) informasi yang wajib diumumkan secara berkala, (2) informasi yang wajib diumumkan serta merta dan (3) informasi yang wajib disediakan secara berkala.



4. Melalui akun instagram @humasprotokolbantul, Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul menyediakan informasi yang dapat membantu masyarakat untuk mengetahui *update* informasi terkini dan terpercaya mengenai seputar kegiatan yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bantul.
5. Penggunaan e-PR dalam aktivitas kehumasan Pemerintah mampu membawa pola komunikasi baru yang lebih efektif dan efisien, terutama ketika terjadi krisis komunikasi atau sekedar berbagi informasi mengenai *update* berita terkini.

## **B. SARAN**

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan saran kepada Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul demi meningkatkan kualitas kinerja dalam pengelolaan akun instagram @humasprotokolbantul. Adapun saran yang akan penulis sampaikan kepada Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul yaitu :

1. Sebaiknya Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul memiliki konsep yang lebih matang dalam memanfaatkan akun instagram @humasprotokolbantul untuk menyebarkan informasi kepada publik, sehingga dapat memenuhi pemanfaatan penggunaan media sosial dengan baik sesuai dengan penggunaan media sosial oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Menpan RB RI pada tahun 2012.
2. Sebaiknya Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul memperbaiki interaksi antara Pemerintah dengan Publik melalui akun instagram @humasprotokolbantul. Dengan demikian melalui akun instagram @humasprotokolbantul dapat menciptakan komunikasi 2 arah antara publik dengan Pemerintah dan dapat mewujudkan terciptanya hubungan baik dan saling percaya.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Cultip.P, Scoot M, Allen H Center and Glen M Broom. 1985. Effetive Public Relations Edition, Eng Lewood Cliffs, News Jersey: Prentice Hall
- Hidayat, Dasrun. 2014. Media Public Relations; Pendekatan studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja Pr Digital. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Suprawoto. 2018. Government Public Relations; Perkembangan & Praktik di Indonesia. Jakarta : Prenada Group

### **Jurnal :**

- Trisnani. 2018. Implementasi E-Government Public Relations Sebagai Peningkatan Pelayanan Informasi Publik, Dilingkungan Pemerintah Daerah Di Jawa Timur Dan Nusa Tenggara Barat, diakses pada 12 Juni pukul 10.00

### **Referensi Lain :**

- Kurniasih, Nuning. 2013. Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah. <https://www.researchgate.net/publication/308513901> diakses pada 8 Juli 2021 pukul 10.00

Yusuf,Oik.2016. Cerita di Balik Logo Baru Instagram.  
<https://tekno.kompas.com/read/2016/05/12/15400017/Cerita.di.Balik.Logo.Baru.Instagram>, diakses pada 24 Juni 2021 pukul 11.00

Librianty, Andina. 2016. Kisah inspiratif Perjalanan Logo Instagram  
<https://www.liputan6.com/tekno/read/2504962/kisah-inspiratifperjalananlogoinstagram>, diakses pada 24 Juni 2021

Kominfo. 2021. Lingkup Program Government Public Relations  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/6857/lingkup-program-governmentpublic-relations/0/pp\\_gpr](https://www.kominfo.go.id/content/detail/6857/lingkup-program-governmentpublic-relations/0/pp_gpr) diakses pada 25 Mei 2021 pukul 14.00