

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARLUASAN
INFORMASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KABUPATEN
BANYUASIN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi Program Studi
Ilmu Komunikasi**

OLEH :

MUHAMMAD ARI REVALDO

1657010079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG 1442 H/TAHUN 2021**

HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, UIN Raden Fatah
Di
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat skripsi saudara MUHAMMAD ARI REVALDO, NIM 1657010079, yang berjudul "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KABUPATEN BANYUASIN", sudah dapat diajukan dalam ujian munaqosah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Taufik Akhyar, M.Si
NIP. 197109132000031003

Palembang, 27 Agustus 2020

Pembimbing II



M. Mifta Farid, M.I.Kom
NIDN. 0202108402

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Muhammad Ari Revaldo
NIM : 1657010079
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi
Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

Telah di Munaqosah dalam Sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Raden Fatah Palembang pada :
Tanggal : 11 November 2020
Tempat : Ruang Via Zoom

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata I (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Palembang, November 2020



DEKAN

[Signature]
Prof. Dr. Izomiddin, M.A
NIP. 196206201988031001

TIM PENGUJI

KETUA

[Signature]
Dr. Yenrizal, M.Si
NIP. 197401232005011004

PENGUJI I

[Signature]
Dr. Kun Budianto, S.Ag.,SH.,M.Si
NIP. 197612072007011010

SEKRETARIS

[Signature]
Reza Aprianti, MA
NIP. 19850223201112004

PENGUJI II

[Signature]
Eraskaita Ginting, M.I.Kom
NIP. 198605192019032014

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ari Revaldo
Tempat & Tanggal Lahir : Pangkalan Balai, 23 Agustus 1996
NIM : 1657010079
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi Lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi Akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ari Revaldo

1657010079

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Berjuanglah dengan sungguh-sungguh untuk mencapai apa yang ingin kamu peroleh, sehingga kamu dapat membahagiakan orang tuamu dengan hasil dari perjuangan yang kamu lakukan”

Persembahan

Ku persembahkan skripsi ini kepada :

- 1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang selama ini telah diberikannya. Dilimpahkan berkah, rezeki dan kesehatan yang luarbiasa kepadaku, serta telah memberikan yang terbaik dari segala yang terbaik untukku didalam kehidupanku, terima kasih Ya Allah untuk semuanya sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.**
- 2. Kepada kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Abahku Lukman Tarmizi (Alm) dan Emakku Yuhani yang telah memberikan segalanya baik dari segi material, kasih saya dan dorongan penuh dari dahulu sampai detik ini. Sekali lagi terima kasih untuk kedua orang tuaku.**
- 3. Kepada Ayukku Olivia Monica yang selalu memberi semangat untukku dalam menyelesaikan skripsi ini.**
- 4. Temanku yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam penyelesaian skripsiku ini Gresia Emeira dan Nur Rahma Awaliyah. Terima kasih telah banyak membantu selama perjuangan skripsi ini.**
- 5. Kepada ALMAMATERKU tercinta, Kampus Biru Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.**
- 6. Kepada para dosen dan staf yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terima kasih telah banyak membantu, mengajarkan banyak ilmu, semoga FISIP UIN Raden Fatah Palembang jaya selalu. Amin**
- 7. Kepada teman sekosan dan teman setongkrongan yang selama ini selalu menghibur dan menemani.**

- 8. Kepada teman seperjuangan, sepenantian, Ilmu Komunikasi C 2016 yang selalu kompak dan selalu bekerjasama hingga akhir kuliah.**
- 9. Serta semua pihak yang telah membantu selama penyelesaian Skripsiku ini.**

ABSTRAK

Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah seringkali tidak diketahui oleh masyarakat Kabupaten Banyuasin secara luas, karena lambatnya proses penyampaian informasi, seringkali informasi pembangunan yang dilakukan hanya diketahui oleh instansi-instansi Pemerintah yang terkait dan masyarakat lokal tempat kegiatan pembangunan dilakukan. Selain itu, penggunaan akun-akun media sosial resmi pemerintah yang belum maksimal menyebabkan masyarakat Kabupaten Banyuasin masih banyak yang belum mengetahui bahwa pemerintah sudah memiliki akun media sosial resmi yang digunakan untuk memberikan informasi-informasi mengenai kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah di Kabupaten Banyuasin. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial dalam penyebaran informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah admin media sosial resmi pemerintah, sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa dokumen, struktur organisasi dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian. Hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan berdasarkan indikator dari *Teori Uses and Effect* yaitu, Efek yang didapat ialah penyebaran dan penerimaan informasi dari Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat terjadi secara efektif dan efisien, kemudian Konsekuensi yang didapat ialah informasi terbaru yang dibagikan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dapat langsung diakses oleh masyarakat, serta Konsefek yang didapat ialah Pemerintah Kabupaten Banyuasin mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat atas informasi-informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi milik Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

Kata kunci : Informasi, Masyarakat, Media Sosial, Pembangunan, Pemerintah.

ABSTRACT

The development carried out by the government is often unknown to the people of Banyuasin Regency at large, due to the slow process of delivering information, often information on development carried out is only known by the relevant government agencies and the local community where the development activities are carried out. In addition, the use of official government social media accounts that have not been maximized has caused Banyuasin Regency people to still not know that the government already has an official social media account that is used to provide information about development activities carried out by the government in Banyuasin Regency. The research conducted aims to determine how the effectiveness of social media in disseminating information on development of the Banyuasin Regency government. The method used in this research is using qualitative descriptive methods, using data collection techniques through observations, interviews and documentations. The primary data source in this study was the official government social media admin, while the secondary data sources in this study are documents, organizational structures and books related to research. The results obtained from the research conducted based on indicators from the Uses and Effect Theory namely, the effect obtained is the dissemination and receipt of information from the Banyuasin Regency Government to the community, which occurs effectively and efficiently, then the consequence is that the latest information shared by the Banyuasin Regency Government can be directly accessed by the public, and the consequence is that the Banyuasin Regency Government gets a higher level of trust from the public for information shared through official social media belonging to the Banyuasin Regency Government.

Keywords : Information, Public, Social Media, Government, Development.

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Kerangka Teori	18
G. Kerangka Berfikir.....	32
H. Metodologi Penelitian.....	33
I. Teknik Pengumpulan Data	34
J. Sistematika Penulisan	38
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASII PENELITIAN	
A. Sejarah Kabupaten Banyuasin	39
B. Motto Kabupaten Banyuasin	44

C. Visi dan Misi Kabupaten Banyuasin	45
D. Profil Kominfo Kabupaten Banyuasin	48
E. Struktur Organisasi Kominfo Kabupaten Banyuasin	50
F. Visi dan Misi Kominfo Kabupaten Banyuasin	51

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	52
B. Analisis Penelitian.....	84

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA..... 97

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Tinjauan Pustaka	10
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Data Digital Snapshot.....	2
Gambar I.2. <i>Facebook</i> : Banyuasin <i>Smart City</i>	4
Gambar I.2. <i>Instagram</i> : @pemkab.banyuasin.....	5
Gambar I.3. <i>You Tube</i> : Banyuasin TV	6
Gambar II.1. Peta Kabupaten Banyuasin	39
Gambar II.2. Lambang dan Makna Lambang Kabupaten Banyuasin.....	46
Gambar II.3. Logo Kominfo Kabupaten Banyuasin.....	49
Gambar III.1. Contoh Salah Satu Unggahan @pemkab.banyuasin.....	58
Gambar III.2. Informasi yang dibagikan melalui Media Sosial Resmi	61
Gambar III.3. Informasi yang dibagikan berslide-slide	64
Gambar III.4. Analisis <i>You Tube</i> Kabupaten Banyuasin	70
Gambar III.5. Profil <i>Facebook</i> awal penelitian	87
Gambar III.6. Profil <i>Facebook</i> selesai penelitian	87
Gambar III.7. Insight <i>Facebook</i> Banyuasin <i>Smart City</i>	88
Gambar III.8. Profil <i>Instagram</i> awal penelitian	89
Gambar III.9. Profil <i>Instagram</i> selesai penelitian.....	90
Gambar III.10. Insight dan Data pengujung <i>Instagram</i>	91
Gambar III.11. Contoh respon masyarakat	92

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berfikir.....	32
Bagan 2. Struktur Organisasi Kominfo Kabupaten Banyuasin	50

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin”. Shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada suri tauladan terbaik di muka bumi, baginda Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Skripsi ini penulis ajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kendala. Dengan izin Allah SWT dan berkat bantuan dari berbagai pihak, akhirnya semua hambatan dan kendala tersebut bisa teratasi hingga skripsi ini pun terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag, M.Si sebagai Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Prof. Dr. Izomiddin, MA sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Wakil Dekan I FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ainur Ropik, S.Sos., M.Si sebagai Wakil Dekan II FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
5. Dr. Kun Budianto, M.Si sebagai Wakil Dekan III FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
6. Reza Aprianti, MA sebagai Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
7. Taufik Akhyar, M.Si sebagai Pembimbing I Skripsi saya.
8. M. Mifta Farid, M.I.Kom sebagai Pembimbing II Skripsi saya.
9. Seluruh Staff Pegawai Administrasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.

10. Erico Valben, S.Kom selaku Narasumber Admin Media Sosial Resmi Kabupaten Banyuasin.
11. Gresia Emeira, S.Pd, Nur Rahma Awaliyah, S.Pd dan Agusman S.E selaku Narasumber Masyarakat Kabupaten Banyuasin.
12. Semua pihak yang turut terlibat dalam pembuatan pengerjaan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat hal-hal yang harus diperbaiki dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis,

Muhammad Ari Revaldo

1657010079

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin pesat memunculkan banyak temuan-temuan baru, salah satunya adalah teknologi. Perkembangan teknologi tidak terlepas dari semakin bertumbuhnya kebutuhan manusia di bumi. Teknologi memberikan kemudahan bagi manusia untuk menyelesaikan pekerjaannya, tak terkecuali dalam berkomunikasi. Munculnya alat-alat komunikasi seperti *smartphone* memudahkan kita dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa saja dan dimana saja. Aplikasi- aplikasi yang ada di *smartphone* dapat dimanfaatkan sebagai media untuk bertukar informasi dan berkomunikasi, hal inilah yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. (Mahardika Putra, 2018:1)

Dengan semakin berkembangnya penggunaan internet yang semakin pesat, maka arus pertukaran informasi pun semakin cepat. Hal inilah yang membuat manusia lebih cenderung berkomunikasi melalui internet karena memudahkan penggunanya saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain tanpa ada batasan, dengan kemudahan inilah membuat pemerintah Kabupaten Banyuwangi memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi serta menyebarkan informasi pembangunan Kabupaten Banyuwangi kepada

masyarakat.(mahardika Putra, 2018:2)

Jutaan orang di dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial. Riset yang dilakukan sebuah agensi marketing sosial *We Are Social* yang bekerja sama dengan situs layanan media *daring* Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari 3,8 miliar orang diseluruh dunia menggunakan internet, jumlah ini meningkat 38 juta orang sejak Januari 2017. (Mahardika Putra, 2018:2).

Gambar. I. 1. Data Digital Snapshot.



Sumber : (Mahardika Putra, 2018:2).

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju sekarang ini, internet menjadi alat komunikasi utama yang sangat diminati semua kalangan untuk mendapatkan informasi. Suatu pesan atau informasi menuntut adanya kehadiran pihak lain untuk menerimanya setelah disampaikan oleh pengirim informasi. Informasi yang dibagikan sebaiknya haruslah berita yang baik dan berkualitas, sehingga penerima dari informasi yang dibagikan dapat memiliki ketertarikan dalam sikap dan perilaku agar dapat mengambil tindakan dengan pola pikir masing-masing. Pemerintah Kabupaten Banyuasin memiliki beragam

informasi untuk dibagikan kepada masyarakat. Informasi yang dibagikan berupa berita tentang kejadian dan keadaan yang ada di Daerah Kabupaten Banyuasin.

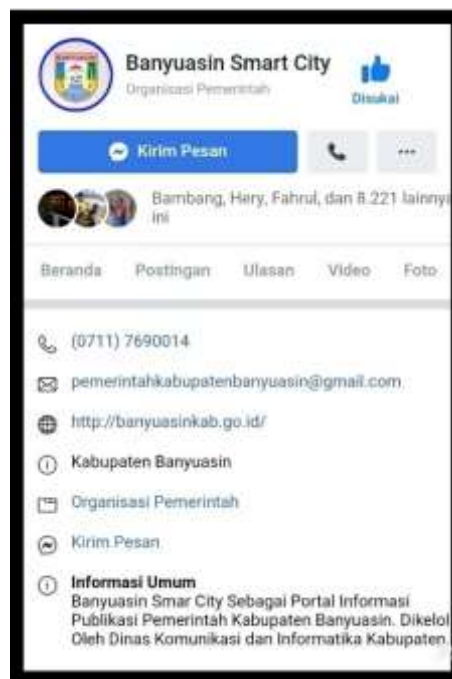
Media memiliki peran penting bagi pemerintah untuk mengumpulkan, memproses dan mempertukarkan informasi. Pemerintah selaku sumber informasi menggunakan media sebagai alat komunikasi untuk menghubungkan informasi yang disebarluaskan kepada masyarakat selaku penerima informasi yang diberikan.

Dalam proses komunikasi peran media sangat penting agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pemerintah Kabupaten Banyuasin juga memanfaatkan media untuk menyebarkan informasi pembangunan kepada masyarakat, media yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dalam menyebarkan informasi Pembangunan Kabupaten Banyuasin adalah media sosial.

Media sosial adalah sebuah sarana interaksi sosial dalam jaringan yang terhubung melalui internet, yang berfungsi untuk memudahkan penggunaanya untuk saling berbagi informasi atau cerita, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat sebuah jaringan. Media sosial merupakan media yang banyak dianut dan diikuti banyak orang sehingga menjadi media yang sangat signifikan dan potensial merubah opini masyarakat dalam berbagai hal. Media sosial bisa menjadi sekutu kuat dalam mendapatkan informasi atau pesan dan menyebarkannya kepada orang lain.

Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi untuk menyebarkan dan menerima informasi. Media sosial yang sering digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat ialah seperti *Facebook*, *Twitter*, *Line*, *WhatsApp*, *Youtube* dan *Instagram*. Dalam penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada pemanfaatan beberapa media sosial yaitu *Facebook*, *Instagram* dan *You Tube* yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin sebagai media penyebarluasan informasi pembangunan di daerah Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan khususnya di Kecamatan Banyuasin III.

Gambar I. 2. Profil Banyuasin Smart City



Sumber : Facebook Banyuasin Smart City.

Gambar diatas merupakan salah satu halaman akun media sosial *Facebook* resmi milik Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang diberi nama Banyuasin *Smart City* yang digunakan untuk menyebarkan informasi pembangunan Pemerintah

Kabupaten Banyuasin yang telah memiliki 8.824 pengikut. Pada media sosial *Facebook* ini pemerintah setiap hari melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat tentang keadaan dan kegiatan yang ada di Kabupaten Banyuasin baik berupa foto ataupun video agar masyarakat Kabupaten Banyuasin dapat meng-*update* informasi terbaru setiap hari.

Gambar I. 3. Profil @pemkab.banyuasin.

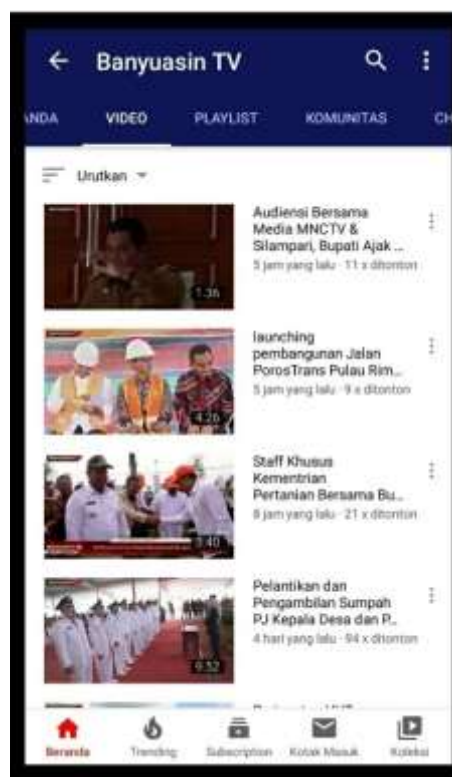


Sumber : *Instagram* @pemkab.banyuasin

Gambar diatas merupakan halaman akun media sosial *Instagram* resmi milik Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang diberi nama @pemkab.banyuasin yang digunakan untuk menyebarkan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang telah memiliki 6.143 pengikut. Hampir sama dengan media sosial *Facebook* yang digunkanaoleh pemerintah, di media sosial

Instagram ini pemerintah tidak hanya membagikan foto dan video setiap harinya, pemerintah juga melakukan siaran langsung pada saat kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyuasin sehingga masyarakat juga dapat menyaksikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah secara langsung melalui media sosial.

Gambar I. 4. Profil Banyuasin Tv.



Sumber : *You Tube* Banyuasin TV

Gambar diatas merupakan halaman akun media sosial *You Tube* resmi milik Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang diberi nama Banyuasin TV yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin. Sedikit berbeda dengan media sosial *Facebook* dan *Instagram* yang digunakan pemerintah, di media sosial *You Tube* pemerintah tidak

membagikan informasi setiap hari kepada masyarakat, pemerintah hanya membagikan video-video berdurasi panjang untuk dibagikan kepada masyarakat yang tidak menonton kegiatan-kegiatan yang disiarkan langsung oleh pemerintah melalui media sosial *Instagram*.

Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah seringkali tidak diketahui oleh masyarakat Kabupaten Banyuasin secara luas, karena lambatnya proses penyampaian informasi, seringkali informasi pembangunan itu hanya diketahui oleh instansi-instansi Pemerintah yang terkait dan masyarakat lokal tempat kegiatan pembangunan itu dilakukan, sehingga informasi atau berita tersebut hanya diketahui atau dikonsumsi oleh sebagian kecil masyarakat di daerah Kabupaten Banyuasin.

Saat ini Pemerintah Kabupaten Banyuasin memang telah memiliki berbagai macam akun media sosial, namun penggunaan akun-akun media sosial resmi pemerintah yang belum maksimal menyebabkan masyarakat Kabupaten Banyuasin masih banyak yang belum mengetahui bahwa pemerintah sudah memiliki media sosial resmi yang digunakan untuk memberikan informasi-informasi mengenai kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah di Kabupaten Banyuasin. Seharusnya Pemerintah lebih giat dan lebih produktif serta lebih bervariasi lagi untuk menyebarluaskan informasi, agar informasi terkait pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin sampai kepada masyarakat dengan maksimal, karena informasi tersebut sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat yang ada atau tinggal di Kabupaten Banyuasin. Media sosial saat ini memiliki peran yang begitu kuat dalam menyebarluaskan informasi kepada

masyarakat, karena itu Pemerintah diharapkan lebih aktif lagi dalam menyampaikan informasi-informasi terutama informasi pembangunan yang sedang berlangsung di Kabupaten Banyuasin.

Oleh karena itu, timbul permasalahan tentang penyebaran informasi pembangunan, kegiatan sosialisasi dan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah serta kejadian-kejadian yang terjadi di daerah Kabupaten Banyuasin, banyak masyarakat luas yang tidak mengetahui atau kurangnya masyarakat yang mengetahui tentang kegiatan pembangunan untuk mengembangkan dan memajukan daerah Kabupaten Banyuasin disebabkan terlambatnya informasi yang diterima masyarakat luas.

Oleh sebab itu, dengan dilakukannya penelitian tentang **“Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin”** diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat di daerah Kabupaten Banyuasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

Bagaimana efektivitas media sosial dalam penyebarluasan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas media sosial dalam penyebarluasan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan saat ini maupun dimasa yang akan datang tentang *new media*, media sosial dan media sosial Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis terhadap efektivitas media sosial dalam menyebarkan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

E. Tinjauan Pustaka

Kajian pustaka penelitian yang berjudul : **“Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin”**. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

No	Nama/Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan
1	Ahmad Setiadi. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. (2015). https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q Jurnal AMIK BSI Karawang.	Deskriptif Kualitatif	Teori Difusi Inovasi	Fenomena perkembangan media sosial tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjual produk dan jasanya kepada para konsumen. Hal ini mereka manfaatkan sebagai media promosi yang paling mudah dan murah untuk berinterkasi dengan konsumen untuk membentuk citra positif. Sehingga komunikasi berkelanjutan terus terjadi dan memberikan efek kepercayaan dari konsumen. Setelah itu dengan adanya media sosial ini juga dimanfaatkan para pelaku politikus untuk membangun citra positif dirinya dan mempublikasikan kegiatan-kegiatannya yang dilakukan untuk mempromosikan diri secara cepat dan luas sehingga menarik minat pemilih untuk memilihnya dalam pemilu yang diikuti, media sosial yang digunakan ialah <i>Facebook</i> dan <i>Twitter</i> .	Penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui bagaimana keefektifitasan media sosial yang dilakukan oleh Pemerintah dalam menyebarluaskan informasi pembangunan di daerah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat. Media sosial yang dimanfaatkan ada tiga macam, yaitu : <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> dan <i>You Tube</i> untuk menyebarkan informasi perkembangan dan kemajuan pembangunan di Kabupaten Banyuasin.
2	Agung Prabowo dan Kurnia Arofah. Media Sosial Instagram Sebagai Sosialisasi	Eksperimen Kuantitatif	Teori Agenda Setting	Sosialisasi terhadap kebijakan penyiaran televisi digital melalui media sosial <i>Instagram</i> kurang menarik minat dari pengguna <i>instagram</i> . Karena banyak dari berbagai golongan belum mengetahui apa arti sebenarnya dari Televisi	Penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektifitas penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pemerintah

	<p>Kebijakan Penyiaran Digital.</p> <p>(2017).</p> <p>http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/132</p> <p>Jurnal ASPIKOM, Vol. 3 NO. 2, Januari 2017, hlm. 256-269.</p>			<p>digital. Peneliti melakukan sosialisasi di media sosial <i>Instagram</i> hanya mendapat sedikit perhatian dari penggunanya bahkan tidak mencapai 100 responden. Dari pendekatan yang dilakukan secara mendalam, para responden tidak terlalu mengetahui apa itu televisi digital, artinya sosialisasi yang dilakukan tidak berdampak signifikan dengan akun baru yang mereka buat untuk melakukan sosialisasi tersebut.</p>	<p>ditujukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Banyuasin agar informasi menjadi lebih luas dan lebih cepat serta maksimal untuk diterima oleh masyarakat.</p>
3	<p>Deru R. Indika dan Cindy Jovita.</p> <p>Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.</p> <p>(2017).</p> <p>http://journal.ubaya.ac.id/index.php/IBT/article/view/296</p> <p>Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 01, NO. 01, Juni 2017 ISSN 2580-4928.</p>	Deskriptif Kuantitatif	Teori Jarum Hipodermik	<p>Media sosial <i>Instagram</i> yang digunakan untuk mempromosikan tempat wisata di Bandung sangat efektif dan berhasil menarik minat wisatawan dari dalam dan luar Bandung, sehingga dapat meningkatkan pendapatan tempat wisata tersebut</p>	<p>Penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui keefektifitasan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, selain itu isi dari media sosial tidak hanya untuk mempromosikan daerah Kabupaten Banyuasin saja, tetapi juga memberikan informasi pembangunan dan perkembangan di daerah Pemerintah Kabupaten Banyuasin sehingga informasi lebih cepat dan menarik untuk diterima masyarakat.</p>
4	Reni	Survei	<i>Teori</i>	Media sosial <i>Instagram</i>	Penelitian yang

	<p>Ferlitasari.</p> <p>Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).</p> <p>(2018).</p> <p>http://repository.radenintan.ac.id/4221/</p> <p>Skripsi Sosiologi Agama Fakultas Ushuludin 01 Agustus 2018</p>	Kuantitatif	<i>Uses And Gratifications</i>	<p>berfungsi memberikan pengaruh kepada remaja rohis lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial <i>Instagram</i> remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan memanfaatkan fitur <i>hashtag</i> (#) tidak hanya untuk menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk mencari atau mengakses berita-berita tentang keislaman di <i>Instagram</i>. <i>Mentions</i> tidak hanya dimanfaatkan untuk memanggil atau mencantumkan sumber informasi ketika menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk memanggil pengguna lain untuk memberikan informasi seperti foto dan video atau <i>caption</i> yang berisikan mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, Kemudian, <i>follow</i> akun keagamaan islam tidak hanya menambah pengetahuan ajaran islam tetapi dimanfaatkan untuk berdakwah, dan menambah semangat serta memotivasi remaja untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial berdasarkan informasi yang didapat dari mengkases akun-akun keagamaan di <i>Instagram</i>.</p>	<p>akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektivitas media sosial untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media sosial yang digunakan tidak hanya <i>Instagram</i> saja, tetapi juga menggunakan media sosial lain seperti <i>Facebook</i> dan <i>You Tube</i>. Isi media sosial resmi pemerintah tidak hanya tentang keagamaan saja, tetapi menyangkut segala informasi yang ada di Kabupaten Banyuasin.</p>
5	<p>Augasta Eka Rasa Putra.</p> <p>Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun</p>	Deskriptif Kualitatif	Teori Agenda Setting	<p>Pemanfaatan media sosial oleh Organisasi Sedekah Rombongan yaitu dipergunakan untuk menyampaikan kegiatan dari Sedekah Rombongan dan pesan Islami melalui <i>Facebook, Twitter dan Instagram</i>. Media sosial</p>	<p>Penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektivitasan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh Pemerintah</p>

	<p>Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan) . (2018). https://scholar.google.co.id/scholar?client=ucweb&channel=sb&um=1&ie=UTF-8&lr=&q=related:fqeBAIZDTiY2wM:scholar.google.com/#d=gs_qabs&u=%23p%3DfqeBAIZDTiYJ</p> <p>Skripsi Universitas Islam Indonesia 2018.</p>			<p>yang menggunakan layanan internet tersebut merupakan salah satu bentuk dari media baru yang memiliki karakteristik cepat, fleksibel, interaktif, informatif dan dapat mudah digunakan. Oleh karena itu Sedekah Rombongan menggunakan ketiga layanan media sosial tersebut untuk saling melengkapi satu sama lain karena masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Penggunaan ketiga akun tersebut secara aktif dapat menyampaikan pesan atau kegiatan dari Organisasi Sedekah Rombongan sebagai organisasi sosial. Dalam penggunaan media sosial tersebut Sedekah Rombongan memiliki admin sehingga dapat <i>maintenance</i> akun media sosial sehingga berisi informasi terbaru.</p>	<p>Kabupaten Banyuasin untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, Pemerintah Kabupaten Banyuasin tidak menggunakan <i>Twitter</i> tetapi menggunakan <i>You Tube</i>. Selain itu organisasi yang diteliti adalah Dinas Kominfo Pemerintah Kabupaten Banyuasin.</p>
--	--	--	--	--	--

Tabel 1. Tinjauan Pustaka (Diolah oleh peneliti).

Berdasarkan penjelasan tentang hasil penelitian diatas, maka peneliti menemukan perbedaan yang terdapat pada penelitian ini, yaitu :

Penelitian pertama oleh Ahmad Setiadi pada tahun 2015 yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fenomena perkembangan media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjual produk dan jasa kepada para konsumen, hal ini mereka manfaatkan sebagai media promosi yang paling mudah dan murah dalam berinteraksi dengan konsumen untuk membangun citra positif. Sehingga

komunikasi berkelanjutan terus terjadi dan membentuk efek kepercayaan dari konsumen. Setelah itu dengan adanya media sosial ini juga dimanfaatkan oleh para politikus untuk membangun citra positif dan mempublikasikan kegiatan-kegiatannya untuk mempromosikan diri secara cepat dan luas dalam pemilu yang akan diikuti. Media sosial yang digunakan ialah *Facebook* dan *Twitter*. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui bagaimana keefektivitas media sosial yang dilakukan oleh Pemerintah dalam penyebarluaskan informasi pembangunan Pemerintah di daerah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat. Media sosial yang dimanfaatkan ada tiga macam, yaitu : *Facebook*, *Instagram* dan *You Tube* untuk menyebarkan informasi perkembangan dan kemajuan pembangunan di Kabupaten Banyuasin.¹

Penelitian kedua oleh Agung Prabowo dan Kurnia Arofah pada tahun 2017 yang berjudul “Media Sosial *Instagram* Sebagai Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital”. Hasil penelitian ini menyatakan Sosialisasi terhadap kebijakan penyiaran televisi digital melalui media sosial *instagram* kurang menarik minat dari pengguna *Instagram*. Karena banyak dari berbagai golongan belum mengetahui apa arti sebenarnya dari Televisi digital. Peneliti melakukan sosialisasi di media sosial *Instagram* hanya mendapat sedikit perhatian dari penggunanya bahkan tidak mencapai 100 responden. Dari pendekatan yang dilakukan secara mendalam, para responden tidak terlalu mengetahuin apa itu televisi digital, artinya sosialisasi yang dilakukan tidak berdampak signifikan dengan akun baru yang mereka buat untuk melakukan sosialisasi tersebut. Perbedaan dengan penelitian yang akan

¹ Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*, (Tangerang : Universitas Bina Sarana Informatika, 2015).

dilakukan ialah efektivitas penggunaan media sosial yang dilakukan pemerintah ditujukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Banyuasin agar informasi menjadi lebih luas dan lebih cepat serta maksimal untuk diterima oleh masyarakat.²

Penelitian ketiga oleh Deru R. Indika dan Cindy Jovita pada tahun 2017 yang berjudul “Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen”. Hasil penelitian ini menyatakan Media sosial *Instagram* yang digunakan untuk mempromosikan tempat wisata di Kota Bandung sangat efektif dan berhasil menarik minat wisatawan dari dalam dan luar Bandung, sehingga dapat meningkatkan pendapatan tempat wisata tersebut. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektivitasan media sosial untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, selain itu isi dari media sosial tidak hanya untuk mempromosikan daerah Kabupaten Banyuasin saja, tetapi juga memberikan informasi pembangunan dan perkembangan di daerah Pemerintah Kabupaten Banyuasin sehingga informasi lebih cepat dan menarik untuk diterima masyarakat.³

Penelitian keempat oleh Reni Ferlitasari pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)”. Hasil penelitian ini menyatakan media sosial *Instagram* berfungsi memberikan pengaruh kepada remaja rohis lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya

² Agung Prabowo dan Kurnia Arofah, *Media Sosial Instagram Sebagai Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital*, (Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional, 2017).

³ Deru R. Indika dan Cindy Jovita, *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minal Beli Konsumen*, (Bandung : Universitas Padjajaran, 2017).

media sosial *Instagram* remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan memanfaatkan fitur *hashtag* (#) tidak hanya untuk menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk mencari atau mengakses berita-berita tentang keislaman di *Instagram*. *Mentions* tidak hanya dimanfaatkan untuk memanggil atau mencantumkan sumber informasi ketika menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk memanggil pengguna lain untuk memberikan informasi seperti foto dan video atau *caption* yang berisikan mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, Kemudian, *follow* akun keagamaan islam tidak hanya menambah pengetahuan ajaran islam tetapi dimanfaatkan untuk berdakwah, dan menambah semangat serta memotivasi remaja untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial berdasarkan informasi yang didapat dari mengakses akun-akun keagamaan di *Instagram*. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektivitasan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Selain itu, media sosial yang digunakan tidak hanya media sosial *instagram* saja, tetapi juga menggunakan media sosial yang lain yaitu *Facebook* dan *You Tube*. Isi informasi media sosial yang ada di media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin tidak hanya tentang keagamaan saja, tetapi menyangkut segala informasi yang ada dan yang dilakukan oleh pemerintah di Kabupaten Banyuasin, selain itu informasi sumber informasi yang digunakan dalam penelitian diatas adalah Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung sedangkan

sumber informasi terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah Dinas Kominfo Kabupaten Banyuasin.⁴

Penelitian kelima oleh Augasta Eka Rasa Putra tahun 2018 yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)”. Hasil penelitian ini menyatakan Pemanfaatan media sosial oleh Organisasi Sedekah Rombongan yaitu dipergunakan untuk menyampaikan kegiatan dari Sedekah Rombongan dan pesan Islami melalui *Facebook, Twitter dan Instagram*. Media sosial yang menggunakan layanan internet tersebut merupakan salah satu bentuk dari media baru yang memiliki karakteristik cepat, fleksibel, interaktif, informatif dan dapat mudah digunakan. Oleh karena itu Sedekah Rombongan menggunakan ketiga layanan media sosial tersebut untuk saling melengkapi satu sama lain karena masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Penggunaan ketiga akun tersebut secara aktif dapat menyampaikan pesan atau kegiatan dari Organisasi Sedekah Rombongan sebagai organisasi sosial. Dalam penggunaan media sosial tersebut Sedekah Rombongan memiliki admin sehingga dapat *maintainance* akun media sosial sehingga berisi informasi terbaru. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah untuk mengetahui keefektivitasan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pemerintah di Kabupaten Banyuasin untuk menyebarluaskan informasi pembangunan yang ada di daerah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat, Pemerintah Kabupaten Banyuasin tidak menggunakan *Twitter* tetapi menggunakan *You Tube*. Selain itu organisasi yang diteliti dalam melakukan

⁴ Reni Ferlitasari, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)*, (Lampung : UIN Raden Intan, 2018).

penggunaan media sosial adalah Dinas Kominfo yang merupakan organisasi resmi pemerintah di Kabupaten Banyuwangi bukan organisasi sosial.⁵

F. Kerangka Teori

1) Pengertian Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa efektivitas berarti efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya) berhasil guna, ketepatangunaannya, hasil guna, penunjang tujuan-tujuannya.⁶ Efektivitas sering diartikan sebagai keberhasilan didalam mencapai sesuatu. Efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju dan bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional.⁷

2) Komunikasi

Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan atau informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Menurut Laswell, Komunikasi adalah proses interaksi sosial yang

⁵ Augusta Eka Rasa Putra, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)*, (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2018).

⁶ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2012), Yogyakarta: Balai Pustaka, h. 125.

⁷ E. Mulyasa. (2014). *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi dan Implementasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, h. 82.

menggambarkan siapa mengatakan apa, dengan cara apa, kepada siapa dan dengan efek apa.⁸

3) Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berawal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Agar tidak ada kerancuan dan perbedaan persepsi tentang massa, ada baiknya kita membedakan arti massa dalam komunikasi massa dengan massa dalam arti umum. Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk pada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca.⁹

Dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Belum ada, untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa. Padahal jelas jika ditinjau dari ciri, fungsi dan elemennya, internet jelas

⁸ Lahyanto Nadie. (2018). *Media Massa dan Pasar Modal*, Jakarta: Media Center, h. 15.

⁹ Morrison. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, h. 22.

masuk dalam bentuk komunikasi massa. Dengan demikian, bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet.¹⁰

Dalam proses komunikasi massa disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada penerimanya. Mereka yang bertugas itu sering disebut sebagai *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima oleh penerima dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan visi, misi media yang bersangkutan.¹¹

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada penerima yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Komunikasi massa memiliki fungsi sebagai informasi, hiburan, persuasi, transimisi budaya, pengawasan, korelasi dan pewarisan sosial.¹²

Ruang lingkup studi komunikasi tidak lain adalah *human communication* (komunikasi manusia). Dengan kata lain studi komunikasi harus selalu melibatkan manusia, baik sebagai komunikator maupun komunikan. Dari sini jelas bahwa yang dimaksud dalam studi komunikasi itu melibatkan manusia sebagai subjek dan objeknya. Itu pulalah mengapa bidang studi dalam komunikasi jarang atau

¹⁰ *Ibid.*, h. 24.

¹¹ *Ibid.*, h. 26.

¹² *Ibid.*, h. 27.

bahkan tidak pernah membahas komunikasi dalam dunia binatang. Secara ringkas, komunikasi melibatkan komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikan sebagai penerimanya. Kemudian dua unsur ini dikembangkan lebih lanjut dengan melibatkan saluran (*channel*) dan umpan balik (*feedback*). Dalam komunikasi massa melibatkan banyak hal mulai dari komunikator, komunikan, media massa (dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing), unsur proses menafsirkan pesan (*decoder*), *feedback* yang lebih kompleks karena melibatkan khalayak dalam jumlah besar.¹³

Ciri-ciri komunikasi massa :

- a) Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- b) Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.
- c) Pesannya bersifat umum.
- d) Komunikasinya berlangsung satu arah.
- e) Komunikasi massa menimbulkan keserempakkan.
- f) Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- g) Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.¹⁴

4) Internet dan *New Media*

Menurut Situmorang, hadirnya internet di dunia ini memunculkan sebuah istilah berupa *new media*, meskipun perkembangan *new media* tidak hanya terbatas pada internet namun internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*. Internet tidak lagi mengandalkan kabel telepon,

¹³ *Ibid.*, h. 29.

¹⁴ *Ibid.*, h. 31.

melainkan sudah menggunakan teknologi Wireless Fidelity (WI-FI) sehingga semakin mudah bagi seseorang untuk menjelajah internet.

Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Menurut Soetomo, mendefinisikan internet sebagai suatu jaringan yang sangat besar, dimana jaringan komputer tersebut terdiri dari beberapa jaringan kecil yang saling terhubung satu sama lain. Sedangkan menurut Randall dan Latulipe, internet merupakan sebuah jaringan global yang terdiri atas beberapa jaringan komputer, yang bisa diakses dimana saja. Salah satu kegunaan dari internet adalah dapat mengakses berbagai macam media sosial, salah satunya adalah media sosial instagram.¹⁵

Media baru atau sering disebut sebagai *new media* merupakan konsep yang dipahami secara beragam. Pengertian media baru merujuk pada media dengan platform baru karena konvergennya karakter media cetak, audio, dan visual sekaligus ditandai oleh karakter interaktivitas yang tinggi. Media baru dapat dibagi dalam tiga kelompok besar yang dipetakan sebagai berikut : Pertama, media baru akan diarahkan pada objek diskusi mengenai internet. Media internet muncul sebagai media yang “baru” dalam arti sesungguhnya karena selain karakter konvergensi, sinergi, media internet juga memiliki karakter sebagai link medium yang tak mengenal batas (*borderless*). Kedua, kajian media baru akan dikaitkan dengan proses digitalisasi yang sedang melanda media konvensional. Ketiga, media baru akan dikaitkan dengan area media telekomunikasi dan aspek

¹⁵ Jubilee Enterprise. (2013). *Buku Pintar Internet*, Jakarta: Gramedia, h. 8.

industri yang lebih spesifik, yaitu mengenai pengaturan *provider mobile phone*.¹⁶

5) Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Jenis media sosial ini semakin lama semakin beragam dengan fitur-fitur baru yang lebih canggih. Jika dulu seseorang hanya bisa memilih berkomunikasi melalui audio (telepon) atau visual (foto), kini telah hadir fitur baru yang dapat menggabungkan keduanya, seperti Whatss App, Facebook, Instagram dan lain-lain.¹⁷

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan sebaliknya. Terdapat tiga platform utama untuk media sosial:

a) *Online Communities And Forums*

Komunitas online dan forum datang dalam segala bentuk dan ukuran. Banyak yang dibuat oleh pelanggan atau kelompok pelanggan tanpa bunga komersial atau afiliasi perusahaan.

¹⁶ Hermin Indah Wahyuni. (2013). *Kebijakan Media Baru Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, h. 1.

¹⁷ Nurudin. (2018). *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, Malang: Intrans Publishing, h. 27.

b) *Blogs*

Ada tiga jutaan pengguna blog dan mereka sangat bervariasi, beberapa bersifat pribadi untuk teman-teman dekat dan keluarga, lainnya dirancang untuk menjangkau dan mempengaruhi khalayak luas.

c) *Social Networks*

Jaringan sosial telah menjadi kekuatan penting baik dalam bisnis ke konsumen dan pemasaran bisnis dan bisnis. Salah satunya *Facebook, Twitter, Blackberry masanger, instagram, path* dan masih banyak jenis lainnya. Jaringan yang berbeda menawarkan manfaat yang berbeda untuk perusahaan.¹⁸

a. Karakteristik Media sosial

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang tetapi dapat dikirim ke berbagai orang.
2. Pesan dikirim secara bebas, tanpa harus melalui *gatekeeper*.
3. Pesan yang dikirim cenderung lebih cepat dari media lain.
4. Penerima pesan yang menetapkan waktu berinteraksi.

Dapat disimpulkan bahwa karakteristik media sosial adalah pesan yang dapat disampaikan kepada berbagai orang, bebas, cenderung lebih cepat dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Media sosial mampu mengembangkan dan bersaing dengan berbagai komunikasi lain, bahkan memberikan manfaat yang sangat penting bagi berbagai kelompok.

¹⁸ *Ibid.*, h. 30.

Setiap media sosial memiliki fungsi yang membedakannya dengan media sosial lain, namun secara umum Jan H. Kietzmann mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu, *identity, conversations, sharing, presence, relationships, reputation and groups*.

Identity menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto. *Conversations* menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial. *Sharing* menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar atau video yang dilakukan oleh para pengguna. *Presence* menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya. *Relationships* menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya. *Reputation* menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri. *Groups* menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.¹⁹

b. Dampak Positif Media Sosial

Dampak positif yang timbul dengan adanya media sosial, yaitu :

1. Untuk mengumpulkan keluarga, saudara, kerabat yang tersebar.

Dengan media sosial ini dapat kita manfaatkan untuk mempertemukan keluarga, saudara dan kerabat yang jauh dan yang sudah lama tidak bertemu. Dengan media sosial hal ini bisa dilakukan.

¹⁹ Benny Hutahayan. (2019). *Peran Kepemimpinan Spiritual dan Media Sosial*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, h. 57.

2. Sebagai media penyebar informasi.

Informasi terbaru dapat diakses dan diketahui dengan cepat akibat penggunaan media sosial. Hanya dalam waktu beberapa menit setelah kejadian kita bisa dapat mengetahui informasi tersebut.

3. Memperluas jaringan pertemanan.

Dengan menggunakan media sosial ini kita dapat berkomunikasi dengan siapa saja tanpa harus bertemu dan bahkan dengan orang yang belum dikenal sekalipun di seluruh dunia.

4. Sebagai tempat mengembangkan keterampilan dan sosial.

Pengguna media sosial dapat mempelajari cara beradaptasi , bersosialisasi dengan publik serta mengelolah jaringan pertemanan.

5. Sebagai media pertukaran data.

Dengan mengakses jaringan situs-situs web para pengguna internet dapat memberi dan menerima informasi dengan cepat dan murah.

c. Dampak Negatif Media Sosial

Dampak negatif yang timbul dengan adanya media sosial, yaitu :

1. Susah untuk bersosialisasi dengan orang sekitar.

Hal ini terjadi karena pengguna media sosial menjadi malas belajar berkomunikasi di kehidupan nyata. Orang yang aktif menggunakan media sosial jika bertemu langsung secara nyata cenderung pendiam dan tidak banyak bergaul.

2. Media sosial membuat orang mementingkan diri sendiri.

Pengguna media sosial menjadi tidak sadar dengan lingkungan sekitarnya, karena waktunya kebanyakan dihabiskan untuk mengakses internet.

3. Tertinggal dan terupakannya bahasa formal.

Pengguna media sosial lebih sering menggunakan bahasa informal sehingga penggunaan bahasa formal menjadi terlupakan.

4. Berkurangnya privasi pribadi.

Di media sosial kita seringkali tanpa sadar memberikan informasi pribadi yang seharusnya tidak perlu disampaikan.

5. Pornografi.

Akibat kemampuan mengakses internet secara bebas, banyak pengguna media sosial menyalahgunakan dengan memberikan informasi dan mencari informasi tentang pornografi yang tidak pantas untuk di publikasikan.

d. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein ada enam jenis media sosial, yaitu :

1. Proyek Kolaborasi.

Situs web ini memungkinkan pengguna untuk dapat mengubah, menambah, atau menghapus konten di situs web ini.

2. *Blog* dan *microblog*

Penggunanya lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di *blog* ini seperti bercerita atau mengkritik kebijakan pemerintah.

3. Konten.

Pengguna situs web ini berbagi konten media, seperti video, *ebook*, gambar dan lain-lain.

4. Situs jejaring sosial.

Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat informasi pribadi, sehingga mereka dapat terhubung dengan orang lain.

5. Virtual *game world*.

Dunia virtual tempat para pengguna atau para pemainnya berkumpul dan berinteraksi, baik dengan pemain lainnya maupun dengan objek maya yang tersedia dalam dunia tersebut.

6. Virtual *social world*.

Dunia virtual memberikan pengalaman seolah-olah pengguna merasa hidup di dunia virtual.²⁰

Dari berbagai jenis media sosial yang dijelaskan diatas, terdapat beberapa media sosial yang cukup populer dimasyarakat, diantaranya :

a. *Facebook*

Sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. Saat ini *facebook* tidak hanya diakses dengan menggunakan komputer yang sederhana dan canggih, tetapi juga ada media yang lainnya yaitu telepon genggam. Kita tidak perlu lagi ke warung internet untuk bertegur sapa dengan teman di dunia maya, tetapi ikita bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun melalui

²⁰ *Ibid.*, h., 58.

telepon genggam yang selalu menjadi teman setia siapapun diseluruh dunia. *Facebook* mampu menembus batas pertemanan dari suatu budaya dengan budaya lainnya, yang mengakibatkan komunikasi lintas budaya melalui situs jejaring sosial yang bernama *facebook* ini.

b. *Instagram*.

Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun kebisnis *online* turut mempromosikan produk-produknya lewat *instagram*. media sosial *instagram* adalah suatu alat penyampai pesan untuk bisa berkomunikasi kepada khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti *direct message, comment, like* dan sebagainya.

c. *You Tube*

You Tube merupakan sebuah situs yang secara khusus menawarkan layanan video sharing. Setiap pengunjung situs ini bebas menonton video-video yang diinginkannya termasuk mengambil video-video tersebut dengan cara *men-download-nya*.²¹

²¹ *Ibid.*, h. 60.

6) Teori *Uses and Effects*

Pemikiran yang pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl 1979 ini merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep 'use' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti 'exposure' yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

Dalam *uses and gratifications*, pengguna media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara pada *uses and effect* kebutuhan hanya salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan isi media massa.

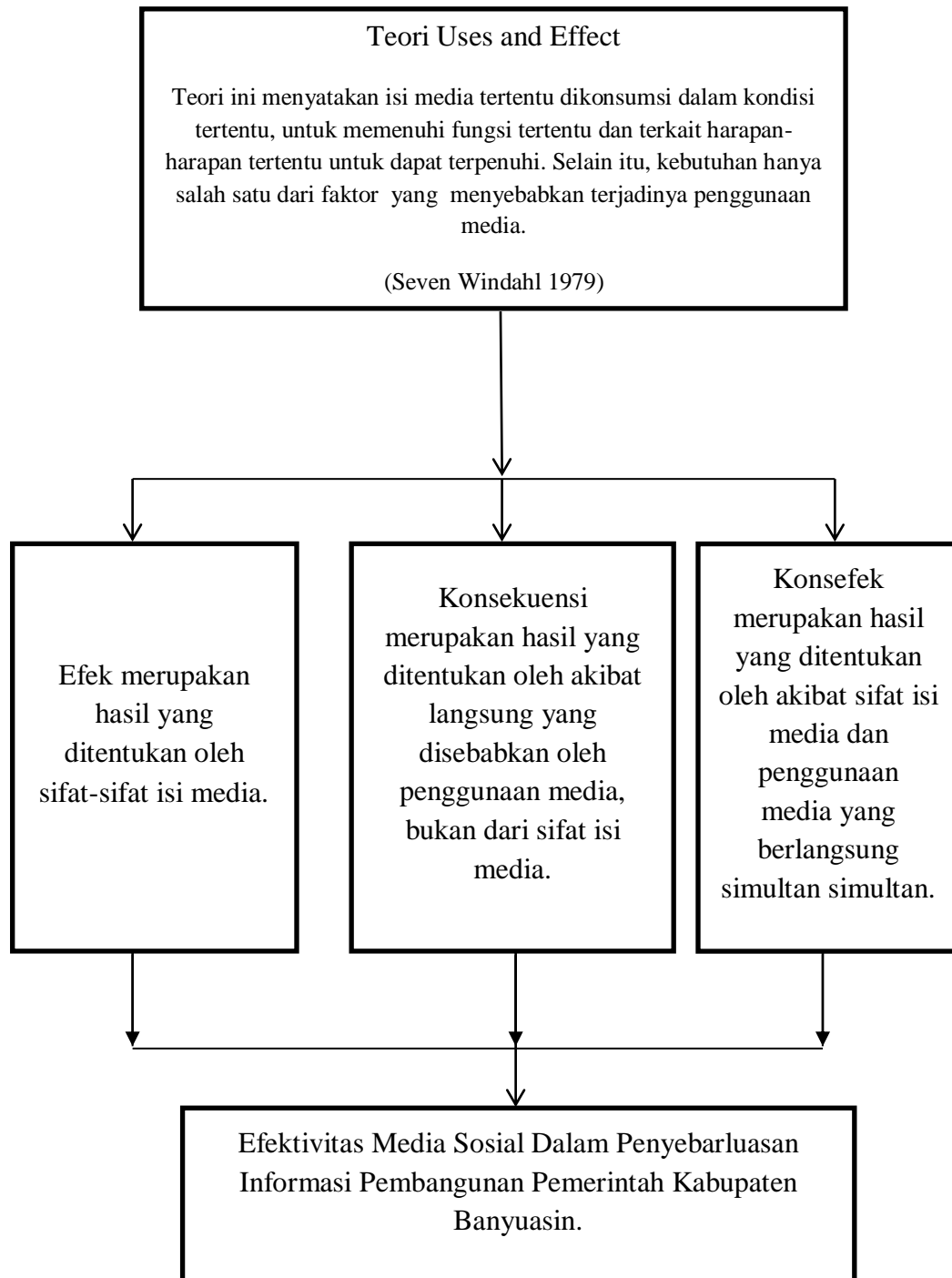
Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya pada penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya pada teori ini. Hubungan antara penggunaan dan hasilnya, dengan memperhitungkan pula isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu :

- a. Pada kebanyakan teori efek tradisional karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai perantara dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
- b. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat penggunaan dari pada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil maka ia disebut konsekuensi.
- c. Kita dapat juga beranggapan bahwa hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian oleh pengguna media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak, yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut '*consequences*' (gabungan antara konsekuensi dan efek).²²

Teori uses and effect dipilih menjadi teori pendukung penelitian ini karena teori ini dianggap cocok dengan penelitian yang akan dilakukan. Dimana para pengguna media massa dalam penelitian ini adalah Kominfo Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang memanfaatkan media sosial. Sedangkan efek dari adanya penggunaan media sosial ini dimanfaatkan oleh Kominfo ialah untuk menyebarkan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat.

²² Daryanto dan Muljo Rahardjo. *Op. cit.*, h. 150.

G. Kerangka Berfikir



Bagan 1. Kerangka Berfikir

Sumber : Diolah oleh peneliti.

H. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Nazir dan Andi Prastowo, metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa dimasa sekarang.²³ Sedangkan metode kualitatif menurut Bodgan dan Taylor dalam Lexy L. Moleong mendefinisikan sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.²⁴

Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menguraikan secara mendalam ucapan, tulisan, serta perilaku yang dapat diamati dari individu maupun kelompok. Penggunaan metode deskriptif kualitatif ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuwasin.

2. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data dari penjelasan kata verbal yang tidak dapat dianalisis dalam bentuk bilangan atau angka.²⁵ Selain itu, data kualitatif merupakan data

²³ Muh Fitrah dan Lutfuyah. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Study Kasus*, Sukabumi: CV Jejak, h. 152.

²⁴ *Ibid.*, h. 155.

²⁵ *Ibid.*, h. 157

dengan membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai Efektivitas media sosial dalam penyebaran informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

- a. Data primer, yaitu merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.²⁶ Dalam penelitian ini yang termasuk dari data primer ialah hasil dari wawancara langsung kepada Admin media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin dan beberapa masyarakat Kabupaten Banyuasin.
- b. Data Sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari subjek dan objek yang diteliti melainkan dari pihak lain seperti instansi-instansi, perpustakaan, buku dan lainnya. Data sekunder ini sifatnya sebagai pelengkap atau pendukung data primer.²⁷

I. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang ada pada objek penelitian.²⁸ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah mengamati keefektivitasan penyebaran informasi pembangunan Kabupaten Banyuasin

²⁶ *Ibid.*, h. 157.

²⁷ *Ibid.*, h. 157.

²⁸ *Ibid.*, h. 160.

melalui media sosial yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat Kabupaten Banyuasin.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis yang berlandaskan pada tujuan penelitian. Dalam melakukan wawancara diperlukan kemampuan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan secara tajam, halus dan tepat. Wawancara terbagi menjadi wawancara berstruktur dan tidak berstruktur.²⁹ Wawancara disini ditujukan kepada Admin media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin dan beberapa masyarakat Kabupaten Banyuasin. Wawancara kepada admin media sosial resmi di kantor Kominfo Pemerintah Kabupaten Banyuasin bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemerintah memanfaatkan media sosial untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, sedangkan wawancara kepada beberapa masyarakat Kabupaten Banyuasin bertujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat menerima informasi yang disebarluaskan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin melalui media sosial.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian dapat menambah pemahaman atau informasi terkait objek penelitian.³⁰

²⁹ *Ibid.*, h. 161.

³⁰ *Ibid.*, h. 163.

d. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Kominfo Pemerintah Kabupaten Banyuasin yang ada di Pangkalan Balai, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Alasan peneliti memilih lokasi dan objek tersebut ialah belum ada penelitian serupa yang dilakukan pada objek dan lokasi tersebut.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles dan Huberman yang tahapannya terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah mencarinya bila diperlukan.³¹

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, serta teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.³²

Penarikan kesimpulan/verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang

³¹ Hengki Wijaya. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, h. 53.

³² *Ibid.*, h. 57.

valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³³

³³ *Ibid.*, h. 59.

J. Sistematika Penulisan Laporan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera akan dikelompokkan menjadi sub bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang latar belakang masalah, permasalahan, tujuan, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek yang akan diteliti oleh peneliti.

BAB III : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil dari rumusan masalah dalam penelitian, dalam bentuk deskripsi secara mendalam mengenai hasil atau fenomena-fenomena yang didapat.

BAB IV : Penutup

Pada bab ini menyajikan hasil akhir dari penelitian berupa kesimpulan yang peneliti dapat dari hasil penelitian sesuai dengan rumusan permasalahan agar dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Selain itu terdapat kritik dan saran.

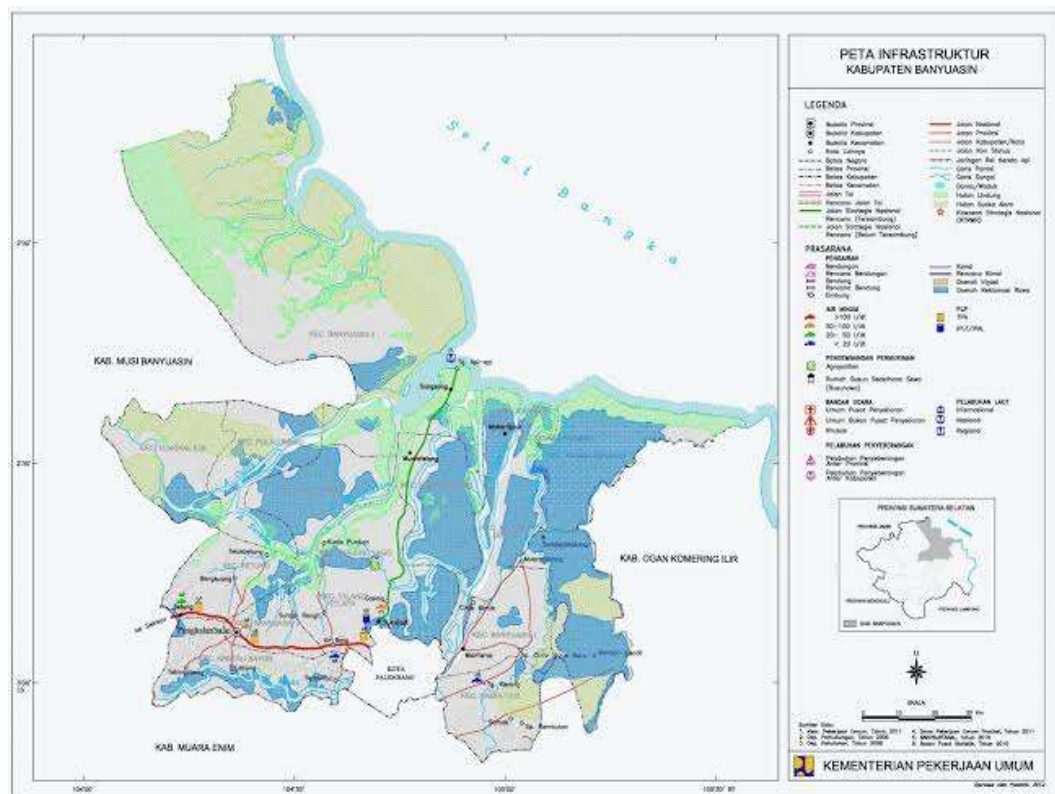
BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Kabupaten Banyuasin

Kabupaten Banyuasin adalah salah satu kabupaten yang membanggakan Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten ini terbentuk dari hasil pemekaran Kabupaten Musi Banyuasin yang secara Yuridis disahkan melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2002 dengan luas areal 1.183.299 Ha atau sekitar 12,18% dari luas Provinsi Sumatera Selatan.

Gambar III. 1. Peta Kabupaten Banyuasin



Sumber : Wikipedia.³⁴

³⁴ (Sumber : http://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Banyuasin).

Secara Geografis Kabupaten Banyuasin terletak antara $1^{\circ} 37'32.12''$ sampai $3^{\circ} 09'15.03''$ LS dan $104^{\circ} 02'21.79''$ sampai $105^{\circ} 33'38.5''$ BT yang berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Muaro Jambi Provinsi Jambi dan Selat Bangka di sebelah utara, dengan Kecamatan Pampangan dan Air Sugihan OKI di sebelah timur, dengan Kecamatan Sungai Lilin, Kecamatan Lain dan Kecamatan Lalan Kabupaten Musi Banyuasin di sebelah barat, serta dengan Kecamatan Jejawi, Pampangan OKI, Kecamatan Pemulutan OI, Kota Palembang, Kecamatan Sungai Rotan, Kecamatan Gelumbang dan Kecamatan Muara Belida di Muara Enim.

Menurut klimatologi, sebaran tipe iklim di Kabupaten banyuasin terbagi menjadi empat tipe yakni iklim B2, tipe iklim B, tipe iklim B1 dan iklim C2. Sementara kondisi topografinya daerah ini didominasi daerah relatif datar atau sedikit bergelombang yang terdiri dari 80% luas dataran rendah basah berupa pesisir pantai, rawa pasang surut dan lebak, serta 20% luasan dataran berombak sampai bergelombang dengan kisaran ketinggian 0-16 M di atas permukaan laut.

Kabupaten Banyuasin dengan 19 kecamatan saat ini memiliki kondisi geologis alluvium, batu lempung, batu pasir, batu sabak, endapan rawa, filit dan granit. Sedangkan dari hedrologi daerah ini merupakan dataran tinggi dan dataran basah yang dipengaruhi aliran sungai. Kondisi ini membuat Kabupaten Banyuasin bisa ditanami berbagai jenis tanaman.

Kelebihan lainnya adalah Kabupaten Banyuasin merupakan miniatur Indonesia, di dalamnya banyak suku bangsa. Ia menerima Keberagaman budaya dan adat istiadat dari suku manapun di negeri ini. Sikap menerima kemajemukan

itu dilakukan masyarakat Banyuasin sejak tahun 1960an sebelum menjadi kabupaten. Dengan segala karunia inilah Kabupaten Banyuasin justru akan menatap masa depan yang lebih cerah, seperti kembali membangkitkan semangat Kejayaan Kerajaan Sriwijaya yang pernah menguasai maritim Sumatera termasuk wilayah nusantara yang lain. Ini cukup beralasan, jika pelabuhan internasional Tanjung Api-api dapat terwujud, Kabupaten Banyuasin akan lebih maju melesat seperti roket meninggalkan kabupaten lain. Pada usia sekarang ini, Kabupaten Banyuasin sudah mampu mensuplai sepertiga terbesar kebutuhan beras delapan juta masyarakat Sumatera Selatan, yang dahulunya Sumatera Selatan ini merupakan wilayah jayanya Kerajaan Sriwijaya pada abad ke-7 hingga ke-13.³⁵

Kabupaten Banyuasin dibentuk berdasarkan pertimbangan pesatnya perkembangan dan kemajuan pembangunan di Provinsi Sumatera Selatan umumnya dan khususnya di Kabupaten Musi Banyuasin yang diperkuat oleh aspirasi masyarakat untuk meningkatkan penyelenggaraan pemerintah pelaksanaan pembangunan, dan pelayanan guna menjamin kesejahteraan masyarakat.

Status daerah yang semula tergabung dalam Kabupaten Musi Banyuasin berubah menjadi Kabupaten tersendiri yang memerlukan penyesuaian, peningkatan maupun pembangunan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk mendukung terselenggaranya roda pemerintahan.

³⁵ Ajmal Rokian. (2014). *Sejarah, Khasanah Budaya dan Profil Potensi Kabupaten Banyuasin*, Pangkalan Balai: Dinas Pariwisata, Seni, Budaya, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan, h. IX.

Selanjutnya, setelah melalui proses pemilihan yang demokratis oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Banyuasin, Ir. H. Amirudin Inoed terpilih sebagai Bupati definitif Kabupaten Banyuasin periode 2003-2008. Hasil pemilihan tersebut, kemudian disahkan oleh Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia melalui penerbitan SK Mendagri Nomor 131.26-442 Tahun 2003. Bupati dan Wakil Bupati secara resmi dilantik oleh Gubernur Sumatera Selatan pada tanggal 14 Agustus 2003.³⁶

Secara Hukum pembentukan Kabupaten Banyuasin disahkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2002. Berdasarkan Undang-Undang tersebut maka Menteri Dalam Negeri RI dengan Keputusan Nomor 131.26-255 Tahun 2002 menetapkan Ir. H. Amiruddin Ineod sebagai Pejabat Bupati Banyuasin.

Awal terbentuknya Kabupaten Musi Banyuasin terdiri dari dua gabungan eks kewedanan, untuk wilayah kewedanan Musi Ilir yang berpusat di Sekayu dan wilayah kewedanan Banyuasin yang berpusat di Pangkalan Balai. Dengan Ibukota Kota Kabupaten sementara pada waktu itu di kota Palembang. Kabupaten Musi Banyuasin dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 tahun 1956 juncto Nomor 28 tahun 1959.

Terbentuknya Kabupaten Banyuasin diawali perjuangan oleh para tokoh masyarakat Banyuasin yang sudah dirintis sejak tahun 1950-an. Pada saat itu para tokoh telah mencetuskan ide untuk pembentukan Kabupaten yang definitif dengan

³⁶ www.banyuasinkab.go.id

nama Kabupaten Banyuasin. Keinginan tersebut disambut baik oleh tokoh masyarakat Musi Ilir yang ibu kotanya di Sekayu.

Untuk merealisasikan keinginan ini, pada tahun 1954 diadakan pertemuan antara tokoh Musi Ilir yang dipimpin oleh KH. M. Rasyid Siddiq dan tokoh masyarakat Banyuasin yang hadir antara lain : KH. Abdul Hamid Aqil, KH. Muhammad Basri dan Kaharuddin Aziz, sedangkan tokoh Musi Ilir yang hadir antara lain : KH. Muhammad, M. Yasin, H. Abdullah dan Ibrahim Lakoni.

Pada pertemuan tersebut tokoh dari kedua eks kewedanan baik Banyuasin maupun Musi Ilir berhasil menyepakati untuk membentuk Kabupaten tersendiri, yaitu Kabupaten Musi Ilir dan kabupaten Banyuasin. Pada tahun 1957, para tokoh masyarakat Banyuasin mengadakan musyawarah yang menghasilkan keputusan untuk memperjuangkan Kabupaten Banyuasin dan Sungai Lilin menjadi satu Kabupaten dengan ibu kota di Pangkalan Balai, maka pada waktu itu Kabupaten Banyuasin mengirimkan dua orang utusan yaitu Kaharuddin Aziz dan Muhammad Tamin guna menghadap Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. Namun gagasan ini kurang mendapat tanggapan positif dari pemerintah pusat, sehubungan dengan adanya pergolakan daerah yang berpusat di Musi Ilir.

Dengan adanya pergolakan daerah tersebut, maka upaya untuk mempercepat pembentukan Kabupaten Banyuasin menjadi tertunda. Dengan kembalinya Pusat Perjuangan Rakyat Indonesia (PPRI) ke pangkuan ibu pertiwi, yang jadi salah satu persyaratan adalah ibu kota Musi Banyuasin pindah dari Palembang ke Kota Sekayu, usul ini diterima pemerintah pusat dan dengan Surat

Keputusan Gubernur Sumatera Selatan dengan Nomor 52/2/37-39, ditetapkan Sekayu sebagai ibu kota Kabupaten Musi Banyuasin.

Dengan demikian tokoh-tokoh masyarakat Banyuasin harus berjuang sendiri untuk membentuk Kabupaten Banyuasin. Dinamika perjuangan yang menuntut berdirinya Kabupaten Banyuasin dilanjutkan oleh generasi yang lebih muda, baik secara perorangan maupun secara organisasi, salah satu tokoh muda pada waktu itu dr. Burlian Abdullah, Drs. Noer Muhammad dan Drs. Anwar Malik. Saah satu upaya adalah pada tahun 1989 rencana pembentukan Kabupaten Banyuasin telah masuk pada pola dasar pembangunan daerah Provinsi Sumatera Selatan dan Kabupaten Musi Banyuasin.³⁷

B. Motto Kabupaten Banyuasin

Motto Kabupaten Banyuasin “**SEDULANG SETUDUNG**” sesungguhnya jauh sebelum kabupaten ini berdiri sudah diciptakan oleh tokoh masyarakat Banyuasin yaitu Muhammad Basri bin Muhammad Amin alias Bas M. Amin. Sejarah munculnya motto tersebut diawali pada tanggal 23 Agustus 1999 ketika Kamaludin seorang ketua LSM anti Korupsi mendatangi rumah Bas M. Amin di Pangkalan Balai Banyuasin.

Kamaludin yang memanggil Bas M. Amin Nek Bas, maksudnya Kakek Bas M. Amin menyampaikan informasi bahwa Kabupaten Banyuasin sebentar lagi akan diresmikan tetapi belum memiliki motto. Kamaludin saat itu berkata : *“Tolonglah makmano menciptakan motto untuk kabupaten kito ni, nek!”*. Bas M. Amin yang saat itu dianggap sebagai tokoh masyarakat yang memahami jiwa dan

³⁷ www.medianusantaranews.com/2019/07/06/h-askolani-uraikan-sejarah-berdirinya-kabupaten-banyuasin/

karakter serta budaya masyarakat Banyuasin langsung mengambil pena dan menulis disecarik kertas dengan kalimat “**SEDULANG SETUDUNG**”.

Nek Bas M. Amin menjelaskan kalimat Sedulang Setudung sudah lama ada di Banyuasin dan sudah sangat populer pada masyarakat Banyuasin dan sekitarnya. Bahkan, warga Sumatera Selatan lainnya sudah tahu. Sedulang menurut Bas M. Amin melambangkan kabupaten ini sudah memiliki tempat bernaung berupa pemerintahan resmi yaitu Kabupaten Banyuasin yang didirikan sebagai tempat hidup bagi semua elemen masyarakat yang bersatu dibawah naungan (Setudung) pemerintahan yang akan membangun daerahnya sendiri.

Kamaludin setelah puas dengan motto dan penjelasan tersebut langsung pulang melapor kepada Ketua Ikatan Keluarga Banyuasin (IKBA) dr. Burlian Abdulah dan Sekretarisnya Adnan Abdul Somad bahwa motto Banyuasin sudah ada. Praktis pada waktu itu baru empat orang ini saja yang mengetahui motto Kabupaten Banyuasin. Baru kemudian dari merekalah dapat disosialisasikan kepada masyarakat.

Motto ini resmi disebutkan Bupati Musi Banyuasin Nazom Nurhawi dan diperdengarkan kepada masyarakat banyak pada suatu malam dimana Bupati hadir dalam sebuah acara di Masjid Jumhuriyah Pangkalan Balai. Bupati Musi Banyuasin saat itu bertanya “*Namek motto kabupaten kamu ni gek kalu jadi kabupaten?*”. Disebutkanlah oleh masyarakat yang hadir saat itu bahwa motto Banyuasin adalah Sedulang Setudung. Sejak malam itu bergemalah Sedulang Setudung menjadi motto Banyuasin setelah dicanangkan Bupati Musi Banyuasin Nazom Nurhawi malam itu. Kalimat Sedulang Setudung akhirnya resmi dijadikan

motto sampai sekarang. Kemudian Pemerintah Kabupaten Banyuasin membentuk panitia khusus membuat lambang Kabupaten Banyuasin yang anggota panitiannya antara lain : Bas M. Amin, dr. Burlian Abdullah, Adnan Abdul Somad dan beberapa orang lainnya.³⁸

Gambar II. 2. Lambang dan makna Kabupaten Banyuasin.



Sumber : Kominfo Kabupaten Banyuasin.

³⁸ Ajmal Rokian. *Ibid.*, h. X.

C. Visi dan Misi Kabupaten Banyuasin

Adapun visi dari Kabupaten Banyuasin, yaitu :

Terwujudnya Kabupaten Banyuasin yang Berdaya saing, Aman, Nyaman, yang Warganya Guyub dan Kreatif berdasarkan Keimanan dan Ketaqwaan menuju Keadilan dan Kesejahteraan untuk semua. (BANYUASIN BANGKIT, ADIL DAN SEJAHTERA).

Adapun Misi dari Kabupaten Banyuasin, yaitu :

- Meningkatkan Sumber Daya Manusia Banyuasin yang berdaya saing tinggi melalui Pendidikan dan Kesehatan yang berkualitas.
- Meningkatkan Keamanan, Kenyamanan dan Demokratis di Banyuasin.
- Meningkatkan Keimanan dan Ketaqwaan masyarakat dengan Nilai-nilai Kerukunan, Kebersamaan serta kreativitas sehingga mampu berprestasi Gemilang.
- Meningkatkan Nilai tambah Sumber Daya Alam, Sumber Daya Ekonomi menuju Banyuasin yang Sejahtera.
- Meningkatkan Keterbukaan dan Keadilan untuk semua.

D. Profil Kominfo Kabupaten Banyuasin

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuasin beralamatkan di Jalan komplek Perkantoran Sekojo No. 14 Telepon 0711-7690014 Email : diskominfo.banyuasinkab.go.id.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 16 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Banyuasin di bentuk Organisasi Perangkat Daerah (OPD), salah satu diantaranya adalah Dinas Komunikasi dan Informatika. Dinas Komunikasi dan Informasi tipe C dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di Bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati Banyuasin. Tugas serta fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika sesuai dengan peraturan Bupati Nomor 111 Tahun 2016, tentang kedudukan, susunan organisasi, fungsi dan tugas.

Tata kerja Dinas Komunikasi dan Informatika ialah Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah bidang komunikasi dan informasi, bidang statistik dan bidang persandian yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi serta kewajibannya Dinas Komunikasi dan Informatika di pimpin oleh Kepala Dinas yang dibantu oleh Sekretaris, Bidang Tata Kelola Informatika dan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik. Sekretaris membawahi Sub Bagian Umum dan Kepegawaian serta Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan. Kemudian dalam Bidang Tata Kelola Informatika membawahi Seksi Pengembang Sistem Informasi Manajemen,

Seksi Persendian dan Keamanan Jaringan serta Seksi Pengelola E-Government. Kemudian dalam Bidang Informasi dan Komumnikasi Publik membawahi Seksi Pengelolaan Media dan Data Statistik, Seksi Pengelolaan Daya Komunikasi dan Informatika serta Seksi Pelayanan Informasi Publik.

Gambar II. 3. Logo Kominfo Kabupaten Banyuasin.



Sumber : Kominfo Kabupaten Banyuasin

F. Visi dan Misi Kominfo Kabupaten Banyuasin

Adapun visi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kabupaten Banyuasin, yaitu :

“Terwujudnya Penyelenggaraan Pemerintah Yang Transparan Serta Akuntabel Dan Pelayanan Publik Yang Prima Berbasis Teknologi Informasi Demi Menuju Banyuasin Cerdas”

Adapun Misi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kabupaten Banyuasin, yaitu :

- Meningkatkan pelayanan informasi komunikasi dan data elektronik yang cepat, akurat dan aktual.
- Meningkatkan transparansi, kontrol dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka penerapan konsep Open Government.
- Mendorong peran media massa dalam rangka meningkatkan informasi yang beretika dan bertanggungjawab.
- Mendorong masyarakat menggunakan teknologi informasi secara sehat dan bertanggungjawab.
- Memajukan Kabupaten Banyuasin sebagai kawasan mandiri dan berdaya saing.

BAB III

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARLUASAN

INFORMASI PEMBANGUNAN INFORMASI PMERINTAH

KABUPATEN BANYUASIN

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan data-data dari hasil observasi dan wawancara mendalam terhadap pihak yang bersangkutan dengan efektivitas penggunaan media sosial resmi pemerintah oleh Dinas Komunikasi dan Informatika di Pemerintahan Kabupaten Banyuasin. Berdasarkan hasil dari penelitian wawancara yang telah diteliti, penelitian ini fokus untuk mengamati rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu :

“Bagaimana Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin”. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan tehnik wawancara, yaitu dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan lisan kepada narasumber yang berkaitan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Disamping itu penulis juga menggunakan observasi, mengumpulkan data-data yang dapat mendukung penelitian ini, selain melakukan wawancara mendalam dan observasi, peneliti juga melakukan studi dokumentasi dan analisis data.

A. Hasil Penelitian

Efektivitas media sosial disini akan disesuaikan dengan hasil yang didapat berdasarkan pendekatan Teori Uses and Effect oleh Svan Windlh pada tahun 1979 yang digunakan dalam penelitian ini, yang menyatakan isi media tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat terpenuhi. Selain iut, kebutuhan hanyalah salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Terdapat tiga indikator dalam Teori Uses and Effect yang digunakan, yaitu Efek merupakan hasil yang ditentukan oleh sifat-sifat isi media, Konsekuensi merupakan hasil yang ditentukan oleh akibat langsung yang disebabkan oleh penggunaan media bukan karena sifat isi media, dan Konsefek merupakan hasil yang ditentukan oleh sifat isi media dan penggunaan media yang berlangsung secara simultan. Penyebaran informasi menggunakan media sosial merupakan cara yang dilakukan oleh pemerintah melalui Dinas Komunikasi dan Informatika untuk memberikan informasi pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat.

Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi guna menjawab rumusan masalah tentang Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Banyuasin dengan pihak Pemerintah dalam hal ini melalui Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu Rico yang merupakan admin media sosial resmi pemerintah dan pihak masyarakat sebagai penerima informasi yang disebarluaskan oleh pihak pemerintah melalui media sosial, sebagai berikut :

1) Efek

Pemerintah sebagai pihak yang menggunakan media sosial untuk memberikan atau menyebarluaskan informasi pembangunan kepada masyarakat mengenai kegiatan pemerintahan yang ada di Kabupaten Banyuasin tentu memiliki dampak yang timbul dari hasil penggunaan sosial yang mereka gunakan. Selain dampak yang timbul dari pemanfaatan media sosial oleh pemerintah terdapat juga dampak yang sengaja ditimbulkan oleh pemerintah dari hasil pemanfaatan media sosial resmi yang digunakan.

Menurut narasumber pertama dalam penelitian ini yaitu Rico, yang merupakan admin media sosial resmi pemerintah yang bekerja di Dinas Komunikasi dan Informatika, dampak yang timbul ialah penyampaian informasi lebih cepat karena menggunakan media sosial resmi, selain itu dampak yang ditimbulkan masyarakat menjadi *update* informasi untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Kalau dampaknya yang timbul itu tentu dari sisi positif salah satunya penyampaian informasi itu lebih cepat karena di Kabupaten Banyuasin itu sudah mempunyai sarana media penyampaian informasi secara resmi itu menggunakan media sosial.

Kalau dampak yang ditimbulkan yang pasti masyarakat *update* informasi terkait mungkin dari sisi regulasi dan sisi informasi yang untuk kepentingan masyarakat itu sendiri yang pasti masyarakat begitu ada informasi langsung mendapatkannya dari media sosial pemerintah”.³⁹

Menurut narasumber kedua yaitu Gresia Emeira, yang merupakan masyarakat Kabupaten Banyuasin yang tinggal di Palembang dapat memperoleh informasi terkini dengan lebih mudah, selain itu pemerintah melalui media sosial

³⁹ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

dapat mengkonfirmasi berita simpang siur yang ada dimasyarakat Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Saya mengetahui informasi terkini yang terjadi di Kabupaten Banyuasin dan peroleh informasi jadi lebih mudah.

Saya sekarang menjadi lebih mengetahui informasi terkini yang sedang terjadi di Kabupaten Banyuasin, contohnya seperti informasi tentang penyebaran virus Covid-19 yang terjadi di Kabupaten Banyuasin melalui media sosial disana pemerintah memberikan informasi terupdate bagaimana penyebaran mengenai informasi ini di Banyuasin dan juga mengkonfirmasi apabila ada berita yang simpang-siur yang berkembang dikalangan masyarakat”.⁴⁰

Selanjutnya narasumber ketiga yaitu Nur Rahma Awaliyah, yang merupakan masyarakat Kabupaten Banyuasin yang tinggal di Pangkalan Balai dapat mengetahui informasi lebih banyak tentang pembangunan yang dilakukan, selain itu informasi yang diterima dapat menambah wawasan tentang Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut :

“Bagi saya informasi mengenai pembangunan yang sedang berlangsung di Banyuasin sangat berdampak positif karena membantu saya sebagai masyarakat serta pengguna media sosial dapat mengetahui lebih banyak tentang pembangunan yang ada di Banyuasin.

Dampak yang ditimbulkan itu banyaknya informasi yang diterima membuat saya lebih mengetahui kegiatan apa saja yang telah atau sedang dilaksanakan oleh pemerintah, serta informasi yang diterima dapat menambah wawasan saya mengenai Kabupaten Banyuasin”.⁴¹

Dan menurut narasumber keempat yaitu Agusman, yang merupakan masyarakat Kabupaten Banyuasin yang tinggal di Betung dapat mengetahui informasi yang jauh dari lingkungan tempat tinggalnya, selain itu kebutuhan informasi pembangunan dapat terpenuhi dan diketahui melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut :

⁴⁰ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁴¹ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

“Tentunya saya bisa mengetahui informasi dari kegiatan pemerintah di daerah lain yang jauh dari tempat tinggal saya sehingga saya bisa mencari informasi media sosial pemerintah serta kepercayaan saya terhadap pemerintah lebih tinggi dan lebih yakin bahwa pemerintah benar-benar melakukan kegiatan untuk membangun Banyuasin.

Dampaknya kebutuhan informasi tentang adanya kegiatan pembangunan oleh pemerintah dapat terpenuhi dan mudah diketahui hanya dengan melihat media sosial”.⁴²

Setelah mengamati dan mencerna pemaparan dari hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dampak yang timbul dari penggunaan media sosial oleh pemerintah ialah penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat dapat dilakukan lebih cepat karena pemerintah Kabupaten Banyuasin sudah mempunyai media sosial resmi. Selain itu dampak yang ditimbulkan ialah masyarakat menjadi lebih *update* informasi secara langsung melalui media sosial resmi pemerintah untuk menambah wawasan masyarakat tentang kejadian dan keadaan di Kabupaten Banyuasin.

Dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan menggunakan media sosial, tentu pemerintah mengetahui tentang isi informasi seperti apa yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuan masyarakat sehingga masyarakat selalu ingin mendapatkan informasi dari media sosial resmi pemerintah.

Menurut narasumber Rico, informasi tentang pembangunan infrastruktur dan *non* infrastruktur merupakan isi informasi yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuan masyarakat dari penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial resmi pemerintah. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

⁴² Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

“Yang pasti informasi tentang pembangunan, baik dari pembangunan infrastruktur dan pembangunan *non* infrastruktur. Infrastruktur yang meliputi jalan, jembatan, atau pembangunan jalan antar desa yang memang benar-benar diperlukan oleh masyarakat. Kalau dari sisi informasi *non* infrastruktur itu dari sisi pendidikan, kesehatan, dan sosialisasi”.⁴³

Menurut narasumber Gresia, isi informasi yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuannya ialah informasi yang dikemas secara apik, menarik dan informatif. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Selama ini saya sudah mengikuti akun media sosial dari Kabupaten Banyuasin terutama *Instagram* menurut saya sejauh ini informasi yang disajikan sudah menarik rasa keingintahuan saya karena sudah dikemas dengan apik, menarik dan informatif. Contohnya seperti sosialisasi kesehatan, perbaikan jalan, peresmian dan pelantikan pegawai”.⁴⁴

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, isi informasi yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuannya ialah informasi yang dapat mengajak masyarakat lebih peduli terhadap kegiatan yang sedang berjalan di Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut :

“Isi informasi yang mampu mengajak saya sebagai masyarakat untuk lebih peduli lagi tentang kegiatan apa saja yang sedang berjalan di Kabupaten Banyuasin. Contohnya seperti pembangunan jalan di desa-desa serta adanya sosialisasi tentang kesehatan oleh pemerintah”.⁴⁵

Dan menurut narasumber Agusman, isi informasi yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuannya ialah informasi pembangunan infrastruktur, sosialisasi dan blusukan Bupati. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Salah satunya informasi tentang pembangunan infrastruktur

⁴³ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

⁴⁴ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁴⁵ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

daerah Banyuasin, kegiatan sosialisasi dan blusukan Bupati ke daerah-daerah yang terpencil”.⁴⁶

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi yang dapat mempengaruhi rasa keingintahuan masyarakat ialah informasi yang informatif yang dapat membuat masyarakat lebih peduli tentang kegiatan atau pembangunan yang sedang berlangsung di Kabupaten Banyuasin baik itu insfrasturktur dan *non* insfrastruktur.

Gambar III. 1. Contoh salah satu unggahan @pemkab.banyuasin



Sumber : Instagram @pemkab.banyuasin

⁴⁶ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

Gambar diatas merupakan contoh informasi yang informatif berupa pembangunan insfrastruktur yakni “Mahkamah Agung Bersama Bupati Banyuasin Letakkan Batu Pertama Pembangunan Gedung Kantor Pengadilan Negeri”, dan pembangunan non insfrastruktur berupa sosialisasi yakni “Bupati Banyuasin Mengajak Mengoptimalkan 7 Program Dan 7 Kegiatan Banyuasin Bangkit, Adil dan Sejahterah”. Informasi tersebut disebarluaskan melalui media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat.

2) Konsekuensi

Pemerintah sebagai pihak yang harus memberikan informasi kepada masyarakat menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menyebarluaskan informasi pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin, selain itu media sosial merupakan sarana yang paling efektif karena mampu memberikan informasi secepat mungkin, serta merupakan sarana yang paling menguntungkan untuk digunakan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Menurut narasumber Rico, pemerintah menyajikan informasi melalui media sosial disebabkan oleh penyebaran informasi yang cepat, akurat, tepat dan hemat biaya. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Karena menurut kami sebagai pemerintah media sosial itu memang media yang sangat cepat penyebarannya dikarenakan mungkin masing-masing masyarakat sudah mempunyai sosial media sendiri, jadi penyampaian informasinya lebih cepat, lebih tepat, dan lebih akurat, yang pasti lebih efisien dan hemat biaya”.⁴⁷

⁴⁷ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Menurut narasumber Gresia, pemerintah menyajikan informasi di zaman moderen melalui media sosial dapat mempermudah pemerintah memberikan informasi dan mempermudah masyarakat menerima informasi. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Karena di zaman moderen ini informasi dapat kita peroleh dengan mudah dan untuk mengikuti perkembangan zaman serta mempermudah pemerintah memberikan informasi ya salah satunya melalui media sosial karena menurut saya masyarakat Kabupaten Banyuwasin mengakses informasi lebih mudah dan informasi dapat disajikan dengan lebih menarik”.⁴⁸

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, pemerintah menyajikan informasi melalui media sosial karena proses penyebaran informasi terjadi secara cepat dan masyarakat dapat mengetahui program pemerintah yang dijalankan.

Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut :

“Karena saat ini media sosial merupakan salah satu penyedia informasi yang banyak diminati, karena penyebaran dan penerimaan informasi terjadi secara cepat, dan juga agar masyarakat dapat mengetahui bahwa program-program pemerintah benar-benar berjalan”.⁴⁹

Kemudian menurut narasumber Agusman, pemerintah menyajikan informasi melalui media sosial karena penyebaran informasi lebih cepat dan luas, selain itu media sosial sangat diminati masyarakat. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut :

“Karena melalui media sosial sekarang sudah sangat berkembang, dengan melalui media sosial informasi apapun bisa kita cari, karena di zaman sekarang media sosial penyebarannya lebih cepat, luas dan dengan waktu yang singkat. Selain itu juga media sosial sangat diminati untuk digunakan masyarakat”.⁵⁰

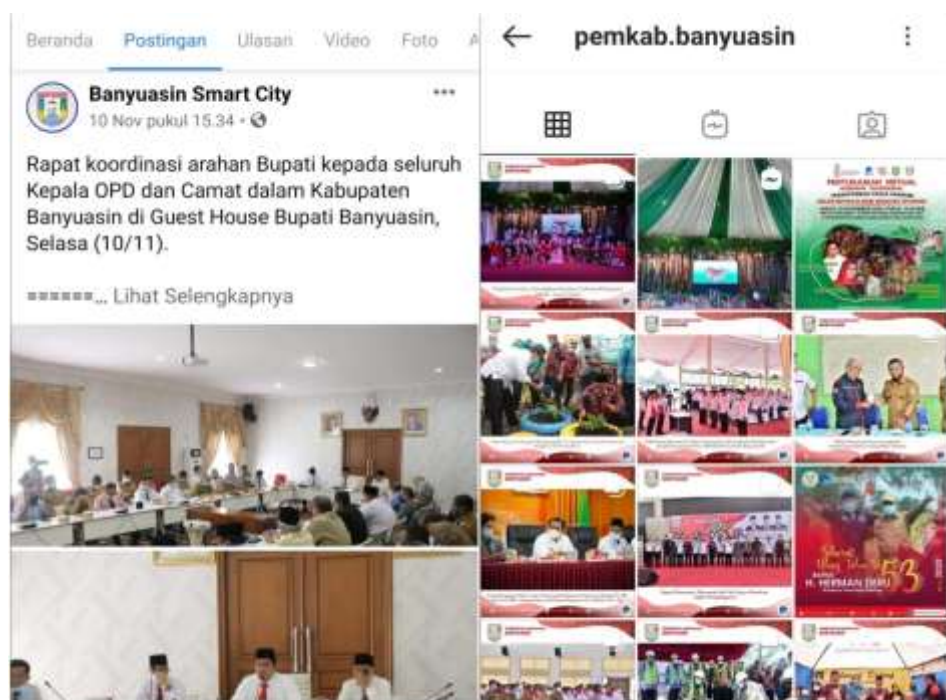
⁴⁸ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁴⁹ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁵⁰ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemerintah menyajikan informasi melalui media sosial resmi karena di zaman moderen sekarang selain penyebaran informasi dapat dilakukan dengan lebih cepat, efisien, hemat biaya dan penyajian informasi melalui media sosial juga dapat memudahkan penyebaran informasi oleh pemerintah dan memudahkan penerimaan informasi oleh masyarakat, selain itu masyarakat lebih tertarik mengakses informasi melalui media sosial.

Gambar III. 2. Informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi Pemerintah.



Sumber : Instagram @pemkab.banyuasin

Gambar tersebut merupakan contoh dari informasi-informasi yang disampaikan dan disebarluaskan oleh pemerintah melalui media sosial resmi yaitu *Facebook* dan *Instagram* kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui informasi terbaru dan perkembangan yang ada di Kabupaten Banyuasin.

Pemerintah memiliki begitu banyak informasi yang beraneka ragam untuk disajikan kepada masyarakat, informasi yang diunggah di media sosial khususnya *Instagram* resmi pemerintah dapat dibagikan dengan dua cara yaitu secara satu persatu dan secara berslide-slide. Informasi yang dibagikan secara satu persatu merupakan informasi yang memiliki tema yang berbeda-beda, sedangkan informasi yang dibagikan dengan tema yang sama disajikan secara berslide-slide agar dapat mempermudah pemerintah dalam mengelompokkan informasi untuk diberikan kepada masyarakat. Selain itu, masyarakat dapat dengan mudah langsung memahami inti dari informasi yang disampaikan oleh pemerintah.

Menurut narasumber Rico, informasi yang disajikan secara berslide-slide disebabkan informasi yang diberikan kepada masyarakat beranekaragam, banyak dan mempersingkat penyebaran. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut : “Karena informasi yang kami sampaikan kepada masyarakat itu banyak dan beraneka ragam jadi untuk mempermudah dan mempersingkat penyebaran kami menyajikan berslide-slide melalui media sosial itu”.⁵¹

Menurut narasumber Gresia, pemerintah menyajikan informasi berslide-slide karena media sosial *Instagram* memudahkan menyajikan informasi berslide-slide agar informasi yang disebarkan lebih banyak. Seperti yang diungkapkan

⁵¹ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

narasumber Gresia sebagai berikut : “Kalau menurut saya, karena aplikasi media sosial terutama *Instagram* memberikan akses kemudahan untuk menyajikan informasi berslide-slide sehingga informasi itu dapat disajikan lebih banyak”.⁵²

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, pemerintah menyajikan informasi berslide-slide karena informasi yang disajikan merupakan satu tema yang sama agar informasi yang dibagikan lebih ringkas dan mudah diterima masyarakat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Informasi yang disajikan memiliki satu tema, oleh karena itu disajikan berslide-slide agar informasi yang dibagikan lebih ringkas serta dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat”.⁵³

Kemudian menurut narasumber Agusman, pemerintah menyajikan informasi berslide-slide karena merupakan satu tema kegiatan agar dapat ditampilkan lebih menarik. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Karena menurut saya informasi tersebut diberikan secara berslide-slide karena informasi tersebut merupakan satu tema kegiatan sehingga dapat lebih menarik”.⁵⁴

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemerintah menyajikan informasi secara berslide-slide di media sosial resmi khususnya *Instagram* karena

⁵² Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁵³ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁵⁴ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

informasi tersebut memiliki satu tema yang sama pada saat dibagikan kepada masyarakat sekaligus agar terlihat lebih ringkas dan lebih menarik, selain itu juga memudahkan pemerintah untuk memberikan informasi lebih banyak kepada masyarakat Kabupaten Banyuasin.

Gambar III. 3. Informasi yang dibagikan berslide-slide.



Sumber : Instagram @pemkab.banyuasin.

Gambar tersebut merupakan contoh informasi yang disajikan oleh pemerintah secara berslide-slide di media sosial *Instagram* resmi pemerintah untuk mempersingkat penyampaian informasi dan mengkategorikan berdasarkan tema.

Informasi yang dibuat oleh pihak pemerintah untuk disajikan kepada masyarakat merupakan informasi yang diperoleh dari kegiatan pemerintahan yang sedang berlangsung dilokasi atau dilapangan. Informasi yang diliput oleh pemerintah melalui Dinas Komunikasi dan Informatika di lokasi kegiatan tidak secara langsung disebarkan kepada masyarakat begitu saja melalui media sosial, akan tetapi informasi tersebut di edit terlebih dahulu agar masyarakat merasa nyaman dan tertarik saat menerima informasi yang disebarluaskan oleh pemerintah.

Menurut narasumber Rico, media sosial resmi pemerintah dapat menyajikan informasi yang dilihat oleh masyarakat melalui beberapa proses, mulai dari turun kelapangan, peliputan, dokumentasi dan pengeditan. Kemudian baru informasi yang didapatkan disajikan melalui media sosial resmi pemerintah.

Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Kami mencari dulu informasinya dengan turun kelapangan secara langsung bersama-sama dengan tim, saat proses kegiatan berlangsung kami melakukan perekaman video dan dokumentasi, kalau video itu tidak langsung kami bagikan kepada masyarakat karena video itu perlu di edit supaya lebih bagus karena video itu nantinya akan dibagikan melalui *You Tube*, sedangkan kalau dokumentasi yang berupa foto-foto itu kami edit terlebih dahulu kami berikan bingkai yang menandakan bahwa kegiatan itu dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dan diliput oleh Kominfo, setelah acara dan pengeditan foto selesai itu langsung kami posting di media sosial *Facebook* dan *Instagram* dan kami berikan keterangan agar informasi tersebut diketahui dan diterima oleh masyarakat pengikut media sosial pemerintah. Sedangkan kalau untuk *You Tube* itu videonya biasanya kami bagikan besoknya”.⁵⁵

⁵⁵ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat merupakan informasi langsung yang diliput oleh pemerintah dilokasi atau dilapangan tempat kegiatan berlangsung melalui dokumentasi dan perekaman video, setelah itu informasi tersebut di edit terlebih dahulu sebelum disebarluaskan kepada masyarakat, setelah informasi tersebut selesai diedit, pemerintah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi tersebut dengan keterangan kegiatan yang ada di informasi tersebut.

Pemerintah dalam hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika menganggap informasi yang mereka dibagikan melalui media sosial resmi kepada masyarakat sudah dapat memenuhi rasa keingintahuan mengenai keadaan dan kegiatan-kegiatan pembangunan yang sedang berlangsung di Kabupaten Banyuasin. Selain itu informasi yang dibagikan oleh pemerintah merupakan informasi yang sangat penting untuk diterima masyarakat, oleh sebab itu pemerintah selalu membagikan informasi melalui media sosial agar masyarakat dapat meng*update* informasi yang ada di Kabupaten Banyuasin.

Menurut narasumber Rico, informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah dapat memenuhi rasa keingintahuan masyarakat karena informasinya sangat diperlukan. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Pasti, karena media sosial resmi dari pemerintahan itu memang informasinya sangat ditunggu dan memang sangat diperlukan oleh masyarakat terkait proses pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin”.⁵⁶

⁵⁶ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Menurut narasumber Gresia, informasi yang dibagikan melalui media sosial sudah dapat memenuhi rasa keingintahuannya mengenai keadaan dan kegiatan yang ada di Kabupaten Banyuasin karena informasi mengenai keadaan dan kegiatan yang jauh dari lingkungan tempat tinggalnya dapat diketahui dengan mengakses media sosial resmi pemerintah. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Ya, karena melalui media sosial Kabupaten Banyuasin saya dapat mengetahui informasi mengenai keadaan ataupun juga kegiatan pemerintah yang jauh dari lingkungan tempat tinggal saya, soalnya saya sekarang itu tinggalnya di Palembang tapi saya merupakan masyarakat Kabupaten Banyuasin”.⁵⁷

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, informasi yang dibagikan melalui media sosial juga sudah dapat memenuhi rasa keingintahuannya mengenai Kabupaten Banyuasin karena banyaknya informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah menyebabkan semakin banyak hal yang ingin diketahui. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Iya sangat memenuhi, karena semakin banyak informasi maka semakin banyak hal yang ingin diketahui oleh saya dari media sosial pemerintah mengenai kegiatan pemerintahan”.⁵⁸

Kemudian menurut narasumber Agusman, informasi yang dibagikan melalui media sosial juga sudah dapat memenuhi rasa keingintahuannya mengenai Kabupaten Banyuasin karena segala kegiatan pemerintah untuk membangun Kabupaten Banyuasin diketahui melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan

⁵⁷ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁵⁸ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

narasumber Agusman sebagai berikut : “Iya, karena dengan hanya melihat media sosial segala kegiatan pemerintah dalam membangun Banyuasin bisa saya ketahui dengan cara melihat media sosial”.⁵⁹

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi yang dibagikan melalui media sosial sudah dapat memenuhi rasa keingintahuan masyarakat karena informasi dari pemerintah mengenai keadaan atau kegiatan pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin sangat ditunggu dan sangat diperlukan oleh masyarakat Kabupaten Banyuasin, selain itu masyarakat hanya perlu melihat atau mengakses media sosial resmi milik pemerintah untuk mengetahui segala informasi terbaru yang ada atau terjadi di Kabupaten Banyuasin.

Penggunaan media sosial yang oleh pemerintah untuk menyebarluaskan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin dianggap sebagai langkah yang tepat, karena selain mudah diakses, informasi yang dibagikan melalui media sosial dapat diterima oleh masyarakat yang tersebar di Kabupaten Banyuasin.

Menurut narasumber Rico, informasi yang dibagikan melalui media sosial sangat efektif karena penyampaian informasi yang cepat, tepat dan hemat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Sangat efektif, kami juga menyadari bahwasannya penyampaian informasi melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *You Tube* itu sangat efektif karena penyampaiannya cepat, tepat, dan efisien dari sisi biaya dan kami tidak perlu turun kelapangan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat”.⁶⁰

⁵⁹ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

⁶⁰ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Menurut narasumber Gresia, informasi yang disampaikan oleh pemerintah melalui media sosial sangat efektif, karena informasi yang dibagikan merupakan informasi yang informatif. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut : “Sangat efektif, karena informasi yang diberikan sangat informatif”.⁶¹

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, informasi yang disampaikan oleh pemerintah melalui media sosial begitu efektif karena informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah tidak akan hilang, sehingga masyarakat masih dapat melihat informasi tersebut setelah beberapa hari. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut :

“Begitu efektif, karena informasi yang ada di media sosial pemerintah tidak akan hilang kecuali dihapus, sehingga ketika masyarakat yang belum sempat melihat postingan pada saat itu masih dapat melihat informasi tersebut walaupun informasi tersebut telah diposting beberapa hari yang lalu”.⁶²

Kemudian menurut narasumber Agusman, informasi yang disampaikan oleh pemerintah melalui media sosial sangat efektif, karena informasi tentang perkembangan Kabupaten Banyuasin yang mudah didapatkan. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Tentu sangat efektif, karena informasi tersebut mudah didapatkan dan bisa diketahui perkembangan Banyuasin”.⁶³

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penyampain informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial resmi pemerintah kepada

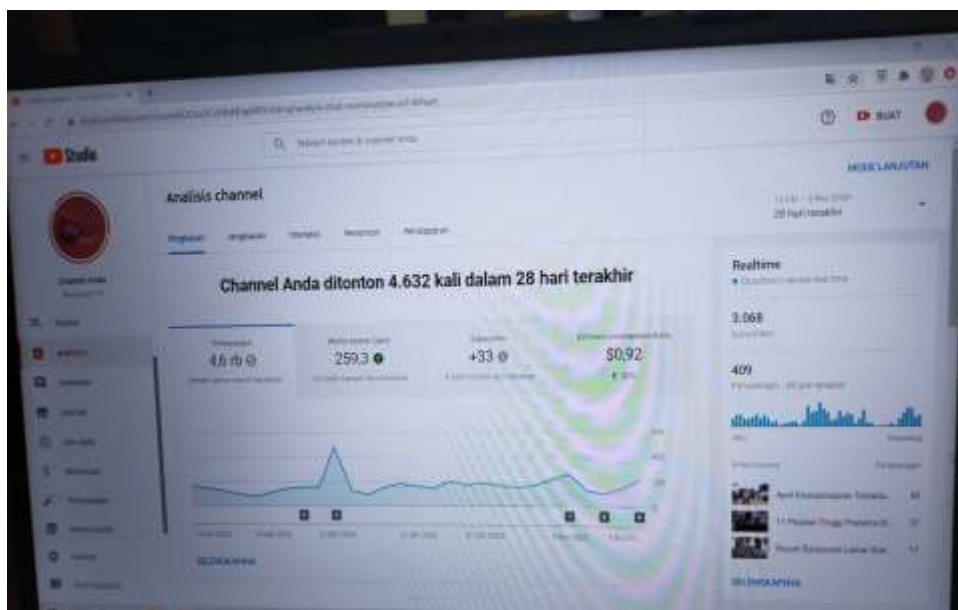
⁶¹ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁶² Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁶³ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

masyarakat sangat efektif karena informasi tersebut bersifat informatif yang bisa dilihat oleh masyarakat kapanpun masyarakat ingin melihatnya, selain itu pemerintah tidak perlu turun ke lapangan secara langsung untuk memberikan informasi-informasi terbaru kepada masyarakat.

Gambar III. 4. Analisis Channel You Tube Banyuasin TV.



Sumber : You Tube Banyuasin TV.

Gambar diatas merupakan data analisis dari *You Tube* resmi pemerintah yaitu Banyuasin TV yang memiliki 3.068 *subscriber*. Dalam 28 hari terakhir yaitu dari 13 Oktober 2020 sampai 9 November 2020 semua video yang berisi informasi pembangunan Kabupaten Banyuasin di tonton sebanyak 4.632 kali. Dengan waktu tonton 259, 3 jam yang naik sebanyak 9,3% dari bulan sebelumnya, dan terdapat penambahan 33 *subscriber* baru dalam sebulan terakhir.

Informasi yang dibagikan pemerintah melalui media sosial haruslah informasi yang mampu membuat masyarakat tertarik untuk menerimanya. Tidak hanya dari segi isi informasi, pengemasan untuk menyampaikan informasi harus dilakukan sebaik mungkin agar informasi yang disampaikan tidak berbelit-belit yang menyebabkan masyarakat sulit untuk memahami maksud dari informasi yang diberikan. Oleh karena itu, pemerintah selalu berusaha untuk menyajikan sebaik mungkin.

Menurut narasumber Rico, semua informasi yang terjadi di Kabupaten Banyuwangi dikemas oleh pihak pemerintah dengan sebaik mungkin yang dilakukan oleh tim editor untuk disampaikan melalui media sosial resmi. Seperti yang diungkapkan Rico sebagai berikut :

“Informasi yang pasti terkait info-info semua kejadian dan kegiatan pemerintah yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Kalau untuk segi pengemasan itu ada tim editornya sehingga informasi yang kami sampaikan kami kemas secantik mungkin, sebaik mungkin dan semenarik mungkin. Dalam arti masyarakat atau pembaca dapat nyaman melihat dan menerima informasi yang kami bagikan”.⁶⁴

Dari pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi yang disampaikan merupakan informasi tentang semua kejadian dan kegiatan pemerintah di Kabupaten Banyuwangi. Informasi yang disampaikan dikemas terlebih dahulu oleh tim editor agar masyarakat dapat merasa nyaman melihat dan menerima informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah.

Setiap akun media sosial pasti memiliki pengikut, terutama akun-akun resmi pemerintah yang dianggap informatif oleh masyarakat. Media sosial resmi pemerintah Kabupaten Banyuwangi tentunya memiliki banyak pengikut yang

⁶⁴ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

tersebar di seluruh daerah yang ada di kawasan Pemerintah Kabupaten Banyuasin, para pengikut akun media sosial resmi pemerintah memberikan berbagai macam respon ketika pihak pemerintah memberikan informasi melalui media sosial, respon yang diterima dapat berupa respon yang positif maupun negatif, terdapat juga respon yang memberikan saran terhadap pemerintah.

Menurut narasumber Rico, respon yang diberikan oleh pengikut media sosial resmi pemerintah sangat beraneka ragam dalam kolom komentar media sosial terhadap informasi yang dibagikan oleh pemerintah melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut : “Sangat beragam sekali”.⁶⁵

Menurut narasumber Gresia, selama mengikuti akun media sosial resmi pemerintah dia tidak pernah meninggalkan komentar, karena informasi yang diterima hanya untuk menambah pengetahuan tentang Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Selama saya mengikuti media sosial pemerintah, saya tipe orang yang tidak pernah meninggalkan komentar jadi saya menerima informasi tersebut hanya untuk menambah pengetahuan tentang pembangunan di Kabupaten Banyuasin”.⁶⁶

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, respon yang diberikan dalam menyampaikan komentar di media sosial resmi pemerintah berisi dukungan dan apresiasi kepada pihak pemerintah. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Memberikan dukungan dan apresiasi kepada pihak pemerintah

⁶⁵ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

⁶⁶ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

melalui komentar di media sosial agar terus menginformasikan mengenai kegiatan pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin”.⁶⁷

Kemudian menurut narasumber Agusman, respon yang disampaikan dalam mengomentari informasi yang dibagikan oleh pemerintah melalui media sosial resmi berisi dukungan terhadap kegiatan pemerintah dan saran-saran pembangunan infrastruktur yang perlu diperbaiki. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Respon saya tentu sangat memberikan dukungan terhadap kegiatan pemerintah dan saya kadang memberikan komentar berupa saran untuk tempat-tempat yang infrastrukturnya perlu diperbaiki”.⁶⁸

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa respon masyarakat terhadap informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah sangat beragam, terdapat respon yang mengapresiasi kegiatan pemerintah dan memberikan dukungan terhadap kinerja pemerintah, kemudian juga terdapat saran tempat-tempat yang infrastrukturnya perlu diperhatikan. Selain itu juga ada masyarakat yang menerima informasi hanya untuk menambah pengetahuannya terhadap keadaan dan kegiatan di Kabupaten Banyuasin.

Respon merupakan salah satu hal yang akan selalu diterima oleh pemerintah dalam melakukan penyebaran informasi melalui media sosial resmi, respon-respon yang diberikan oleh masyarakat terhadap penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial sangat beragam.

⁶⁷ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁶⁸ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

Menurut narasumber Rico, respon masyarakat ditanggapi dengan mencari informasi terbaru yang merupakan saran dari pengikut media sosial resmi pemerintah yang belum mereka sebarluaskan kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Respon dari masyarakat di media sosial resmi pemerintah tidak kami balas dalam bentuk komentar, respon masyarakat kami baca, kami terima, dan kami simpan. Jika informasi dari masyarakat tersebut terkait informasi yang belum kami sampaikan kami dari pihak pemerintah langsung mencari informasi yang belum tersampaikan tadi, jadi respon antara pemerintah dan masyarakat itu saling memberi atau bertukar informasi”.⁶⁹

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa respon dari masyarakat terhadap informasi yang disebarluaskan oleh pemerintah melalui media sosial resmi diterima dengan baik, jika respon masyarakat terkait informasi yang belum dibagikan, pihak pemerintah segera mencari informasi tersebut sehingga respon yang terjalin dengan baik antara pemerintah dan masyarakat yang menyebabkan terjadi hubungan pertukaran informasi.

3) Konsefek

Informasi yang disebarluaskan oleh pemerintah melalui media sosial merupakan informasi yang informatif berupa fakta-fakta yang didapat dilapangan untuk menambah wawasan masyarakat terhadap keadaan dan kegiatan pemerintah dalam membangun daerah Kabupaten Banyuasin. Informasi yang disebarkan kepada masyarakat didapatkan oleh pemerintah melalui peliputan kegiatan yang telah dijadwalkan dilapangan. Informasi yang didapat disebarluaskan melalui media sosial resmi pemerintah agar masyarakat dapat mengetahui informasi terbaru.

⁶⁹ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Menurut narasumber Rico, pemerintah mendapatkan informasi dengan turun kelapangan sesuai agenda yang mereka dapatkan, informasi yang didapatkan diedit terlebih dahulu baru disebarluaskan kepada masyarakat melalui media sosial resmi. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Kalau terkait cara kami mendapatkan informasi kami dari pihak kominfo itu mendapatkan jadwal kegiatan pemerintah yang diperbarui dan dikirim dari kantor bupati setiap satu bulan sekali, jadi agenda bupati itu sudah kami miliki dan kami siap turun kelapangan untuk meliput informasi tersebut untuk disampaikan kepada masyarakat. Kalau masalah kapan informasi tersebut disebarluaskan tentu kami langsung update ke masyarakat setelah proses pengeditan selesai dilakukan kami langsung sebarluaskan secepat mungkin kepada masyarakat melalui media sosial”.⁷⁰

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika sudah memiliki agenda kegiatan Bupati untuk diliput yang diperbarui setiap satu bulan sekali, setelah peliputan selesai informasi yang didapat oleh pemerintah melalui Kominfo langsung disebarluaskan kepada masyarakat Kabupaten Banyuwangi melalui media sosial resmi pemerintah.

Informasi yang disebarluaskan melalui media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas karena sifat dari media sosial itu sendiri. Setiap pemerintah daerah biasanya memiliki akun resmi media sosial untuk menginformasikan segala kegiatan yang dilaksanakan di daerahnya. Informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah Kabupaten Banyuwangi tidak hanya dapat diterima oleh masyarakat yang ada di dekat daerah pusat pemerintahan saja, masyarakat yang berada jauh dari daerah pusat pemerintahan juga dapat melihat informasi yang dibagikan oleh pemerintah melalui media sosial.

⁷⁰ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

Menurut narasumber Rico, penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial dapat menjangkau keseluruhan masyarakat Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut : “Iya, jadi melalui media sosial bukan sebageian besar masyarakat Kabupaten Banyuasin, malah secara keseluruhan masyarakat Kabupaten Banyuasin bisa mendapatkan informasi dari media sosial”.⁷¹

Menurut narasumber Gresia, penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial sudah dapat menjangkau sebagian besar masyarakat di Kabupaten Banyuasin karena penyebaran informasi melalui media sosial dianggap lebih efektif dan praktis. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut : “Menurut saya iya, karena sebageian besar masyarakat di Kabupaten Banyuasin memperoleh informasi melalui media sosial karena lebih efektif dan praktis”.⁷²

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial juga sudah dapat menjangkau sebageian besar masyarakat di Kabupaten Banyuasin karena banyaknya masyarakat di Banyuasin yang menggunakan media sosial dan jumlah pengikut akun media sosial resmi pemerintah. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Iya, karena sekarang di era digital banyak masyarakat

⁷¹ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

⁷² Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

Banyuasin yang telah menggunakan media sosial, apalagi dilihat dari jumlah pengikut media sosial resmi pemerintah”.⁷³

Kemudian menurut narasumber Agusman, penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial tidak dapat menjangkau sebagaimana besar masyarakat di Kabupaten Banyuasin karena masyarakat pedalaman belum banyak yang mengetahui akun media sosial resmi pemerintah, selain itu faktor jaringan telepon yang terbatas di daerah plosok. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut :

“Menurut saya tidak, karena menurut saya penyebaran informasi melalui media sosial tidak dapat diakses oleh masyarakat yang berada di daerah pedalaman karena faktor segi masyarakat yang belum tahu tentang media sosial pemerintah dan juga jaringan telepon yang terbatas di daerah plosok”.⁷⁴

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penyebaran informasi melalui media sosial di era digital saat ini lebih efektif dan praktis digunakan untuk menjangkau sebagain besar masyarakat Kabupaten Banyuasin. Selain itu juga terdapat pendapat yang berbeda bahwa penyebaran informasi melalui media sosial tidak dapat menjangkau sebagaimana besar masyarakat yang ada di Kabupaten Banyuasin karena faktor masyarakat yang belum mengetahui media sosial resmi milik pemerintah dan jaringan telepon yang terbatas di daerah plosok.

⁷³ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁷⁴ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

Informasi yang disebarkan oleh pemerintah melalui media sosial tentu mendapatkan berbagai respon atau tanggapan dari masyarakat. Pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana untuk mempermudah pemerintah dalam menyebarkan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin, selain itu juga agar mempermudah dan mempercepat masyarakat mendapatkan informasi.

Menurut narasumber Rico, tanggapan masyarakat terhadap penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan sangat baik, hal tersebut disebabkan informasi yang disebarkan melalui media sosial lebih cepat dan hemat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Sangat positif, kalau penyebaran informasinya menggunakan koran itu prosesnya panjang dan informasi tidak bisa langsung di bagikan kepada masyarakat, selain itu juga dari sisi masyarakat itu juga malas membeli dan membaca koran memerlukan biaya dan proses yang cukup lama, tapi penyampaian informasi melalui media sosial itu cepat, tepat dan hemat”.⁷⁵

Menurut narasumber Gresia, penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin ide yang tepat, karena di media sosial resmi pemerintah masyarakat dapat mengetahui informasi terkini di Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut :

“Menurut saya penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi merupakan ide yang tepat, karena melalui media sosial ini saya dapat mengetahui dengan mudah seluruh berita terkini yang terjadi di Banyuasin”.⁷⁶

⁷⁵ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

⁷⁶ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin sudah sangat baik karena pemerintah mampu memanfaatkan media sosial sebaik mungkin sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Sangat baik, karena pemerintah mampu memanfaatkan media sosial sebaik mungkin untuk menyebarkan informasi kepada para pengikut media sosial pemerintah”.⁷⁷

Kemudian menurut narasumber Agusman, penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin sangat bagus, karena informasi yang dibagikan lebih cepat diterima oleh masyarakat, serta dapat disebarluaskan secara lebih luas. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut :

“Sangat bagus, karena informasi yang disebarluaskan lebih cepat dan lebih luas, apalagi masalah pembangunan jalan sangat saya minati informasi tersebut apakah sudah selesai atau tidak perbaikan pembangunan tersebut”.⁷⁸

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tanggapan masyarakat terhadap penyebaran informasi melalui media sosial sangat baik karena pemerintah mampu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan segala informasi yang ada di Kabupaten Banyuasin secara cepat, tepat, luas dan hemat biaya.

⁷⁷ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁷⁸ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

Penyebaran informasi melalui media sosial resmi memiliki berbagai manfaat bagi pemerintah, salah satunya adalah membantu meringankan tugas pemerintah mendatangi daerah-daerah di Kabupaten Banyuasin untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara langsung, dengan menggunakan media sosial resmi informasi kegiatan pembangunan yang dibagikan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah.

Menurut narasumber Rico, manfaat yang didapat dari penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial ialah kepercayaan masyarakat yang meningkat terhadap pemerintah, pemerintah tidak perlu turun kelapangan untuk memberikan informasi dan menghemat biaya penyebaran informasi. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut :

“Kalau manfaat bagi kami itu yang pasti sangat bermanfaat dari sisi efisiensi anggaran yang pasti dan membantu kami untuk tidak perlu turun kelapangan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Juga kami sebagai pihak pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan membagikan informasi di media sosial, saat masyarakat melihat media sosial pemerintah mereka menjadi yakin dengan kami bahwa kami memang benar-benar melakukan program kerja yang kami buat untuk membangun Kabupaten kita ini”.⁷⁹

Menurut narasumber Gresia, manfaat yang didapatkan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dalam penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan program-program kerja yang dilaksanakan. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut : “Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap

⁷⁹ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

pemerintah dan masyarakat dapat mengetahui bahwa program kerja pemerintah Banyuasin itu memang dilakukan atau dilaksanakan”.⁸⁰

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, manfaat yang didapatkan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dalam penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial menyebabkan pandangan positif berupa kepercayaan dari masyarakat terhadap kinerja pemerintah dalam membangun Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Manfaatnya berupa kepercayaan dari masyarakat terhadap kinerja pemerintahan serta masyarakat memiliki pandangan positif terhadap kinerja pemerintah”.⁸¹

Kemudian menurut narasumber Agusman, manfaat yang didapatkan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dalam penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial ialah meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan pemerintah di Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Manfaatnya tentu saja kepercayaan masyarakat meningkat terhadap pemerintahan di Kabupaten Banyuasin”.⁸²

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa manfaat yang didapat oleh pemerintah dalam menyebarluaskan informasi melalui media sosial resmi yaitu mampu menghemat biaya untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, selain itu juga masyarakat menjadi lebih percaya dengan informasi yang

⁸⁰ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

⁸¹ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁸² Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

disebarluaskan melalui media sosial resmi bahwa kegiatan pembangunan untuk daerah Kabupaten Banyuasin memang benar dilaksanakan oleh pemerintah.

Salah satu manfaat penggunaan media sosial ialah mempermudah menyebarkan dan menerima informasi. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Banyuasin juga berinisiatif menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk membagikan informasi kepada masyarakat yang berada di seluruh daerah Kabupaten Banyuasin kapanpun dan dimanapun.

Menurut narasumber Rico, penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi sangat mempermudah pemerintah dalam membagikan informasi kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rico sebagai berikut : “Iya sangat memudahkan kami sebagai pemerintah untuk membagikan informasi melalui media sosial”.⁸³

Menurut narasumber Gresia, dengan menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi Pemerintah Kabupaten Banyuasin dapat mempermudah pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat, informasi yang disebarkan lebih cepat, serentak dan menghemat biaya. Seperti yang diungkapkan narasumber Gresia sebagai berikut : “Menurut saya iya, karena penyebaran informasi melalui media sosial lebih cepat, serentak dan juga hemat biaya”.⁸⁴

⁸³ Rico. Admin Media Sosial Resmi Pemerintah. Wawancara pada tanggal 26 Maret 2020.

⁸⁴ Gresia Emeira. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 24 Maret 2020.

Selanjutnya menurut narasumber Rahma, dengan menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi Pemerintah Kabupaten Banyuasin juga sudah dapat mempermudah pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat, informasi yang disebarakan serentak, luas dan lebih cepat. Seperti yang diungkapkan narasumber Rahma sebagai berikut : “Iya, karena informasi yang dibagikan melalui media sosial dapat tersebar secara serentak, luas dan cepat untuk diketahui oleh masyarakat”.⁸⁵

Kemudian menurut narasumber Agusman, dengan menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi Pemerintah Kabupaten Banyuasin tentu dapat mempermudah pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat, karena media sosial sangat membantu dalam memberikan dan menerima informasi kegiatan pemerintahan di Kabupaten Banyuasin. Seperti yang diungkapkan narasumber Agusman sebagai berikut : “Iya tentu saja, karena menurut saya media sosial itu sangat membantu dalam proses memberikan dan mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintahan di daerah-daerah Banyuasin”.⁸⁶

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan penggunaan media sosial resmi dapat mempermudah pemerintah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang ada di Kabupaten Banyuasin, karena penyebaran informasi melalui media sosial dapat dilakukan secara serentak, luas, cepat dan hemat biaya.

⁸⁵ Nur Rahma Awaliyah. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 25 Maret 2020.

⁸⁶ Agusman. Narasumber dari masyarakat. Wawancara pada tanggal 27 Maret 2020.

B. Analisa dari Efektivitas Pemanfaatan Media Sisoal Pemerintah Kabupaten Banyuasin

1) Efek Dari Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

Sifat dari isi media yang ada di media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin berisi informasi-informasi yang bersifat informatif dan memberikan edukasi. Dengan penggunaan media sosial resmi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menyebarluaskan informasi pembangunan kepada masyarakat di Kabupaten Banyuasin menimbulkan dampak yang positif, karena pemerintah dapat menyampaikan informasi secara lebih mudah dan lebih cepat kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui dan memperbanyak wawasan dan informasi terbaru yang terjadi di daerah Kabupaten Banyuasin.

Informasi-informasi yang informatif dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah mampu memenuhi rasa keingintahuan masyarakat terhadap keadaan dan kegiatan yang ada di Kabupaten Banyuasin yang sangat ditunggu oleh masyarakat, karena masyarakat ingin mengetahui bagaimana perkembangan Kabupaten Banyuasin setiap harinya. Informasi-informasi yang ada dan dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah seperti pembangunan insfastruktur dan *non* insfrastruktur yang meliputi pembangunan jalan dan jembatan, pendidikan, kesehatan dan sosialisasi-sosialisasi lain yang pemerintah lakukan kepada masyarakat di daerah Kabupaten Banyuasin.

2) Konsekuensi Dari Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

Saat ini, di era moderen perkembangan penyampaian informasi sangat beragam sekali, salah satunya penyampaian informasi melalui media sosial. Dengan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pemerintah menyebabkan penyebaran dan penerimaan informasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat menjadi lebih mudah karena informasi yang dimiliki oleh pemerintah cukup dibagikan melalui media sosial menjadi lebih cepat, karena penyebaran informasi melalui media sosial dapat langsung diberikan kepada masyarakat, lebih efisien dan hemat biaya. Selain itu, masyarakat lebih tertarik mengakses informasi melalui media sosial dari pada media lain.

Karena banyaknya informasi yang dibagikan oleh pemerintah kepada masyarakat melalui media sosial dan kemudahan menyajikan informasi melalui media sosial, pemerintah menyajikan informasi secara berslide-slide di *Instagram* untuk mempersingkat penyampaian informasi dan mengkategorikan berdasarkan tema informasi yang disampaikan sehingga informasi tersebut terlihat lebih menarik untuk diterima oleh masyarakat Kabupaten Banyuasin.

Informasi yang didapatkan oleh pemerintah melalui kegiatan dilapangan didokumentasikan agar dapat disampaikan kepada masyarakat. Sebelum disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media sosial, informasi tersebut diedit terlebih dahulu agar informasi tersebut terlihat lebih menarik dan lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Sehingga saat masyarakat menerima informasi

yang diberikan melalui media sosial resmi pemerintah, masyarakat bisa langsung mengetahui inti informasi yang disebarluaskan.

Informasi-informasi yang dibagikan melalui media sosial resmi pemerintah sudah dapat memenuhi rasa keingintahuan masyarakat karena merupakan informasi yang sangat ditunggu dan diperlukan oleh masyarakat karena masyarakat hanya perlu mengakses media sosial resmi pemerintah untuk mengetahui segala informasi yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Penggunaan media sosial resmi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sangat efektif karena penyampaian informasi dapat dilakukan lebih cepat, tepat dan hemat biaya. Pemerintah tidak perlu turun kelapangan untuk memberikan informasi terbaru kepada masyarakat karena informasi tersebut telah dibagikan melalui media sosial. Masyarakat dapat melihat informasi yang dibagikan oleh pemerintah kapanpun di media sosial karena informasi tersebut tidak akan hilang, kecuali informasi tersebut dihapus oleh pemerintah.

Gambar III.5. Profil *Facebook Banyuasin Smart City* pada awal penelitian



Sumber : *Facebook Banyuasin Smart City*

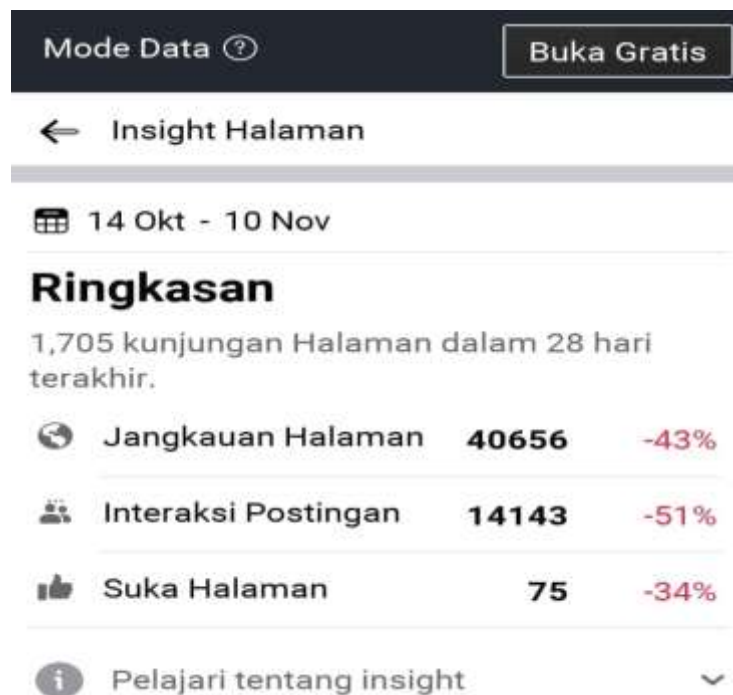
Gambar III. 6. Profil *Facebook Banyuasin Smart City* saat selesai penelitian.



Sumber : *Facebook Banyuasin Smart City*.

Pada gambar III. 5. dan gambar III. 6. menunjukkan data bahwa pada saat awal penelitian dilakukan pengikut media sosial *Facebook* resmi pemerintah bertambah dari 8.224 pengikut menjadi 10.354 pengikut, artinya media sosial *Facebook* resmi pemerintah ini memiliki perkembangan pengikut dan masyarakat Kabupaten Banyuasin yang mengetahui media sosial *Facebook* resmi pemerintah ini semakin bertambah.

Gambar III. 7. Insight Halaman *Facebook Banyuasin Smart City*.



Sumber : *Facebook Banyuasin Smart City*.

Gambar di atas merupakan aktivitas yang terjadi di media sosial *Facebook* resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin yaitu *Banyuasin Smart City*, dalam sebulan terakhir dari tanggal 14 Oktober 2020 sampai 10 November 2020,

pengikut media sosial *Facebook Banyuasin Smart City* pemerintah menjangkau halaman sebanyak 40.656 kali, sedangkan untuk interaksi berupa disukai dan komentar yang dilakukan oleh pengikut *Facebook Banyuasin Smart City* terhadap informasi yang dibagikan sebanyak 14.143 kali, dan untuk bertambahnya pengikut yang menyukai halaman *Facebook Banyuasin Smart City* sebanyak 75 pengikut baru.

Gambar III. 8. Profil *Instagram @pemkab.banyuasin* pada awal penelitian.



Sumber : *Instagram @pemkab.banyuasin*.

Gambar III. 9. Profil *Instagram* @pemkab.banyuasin saat selesai penelitian.

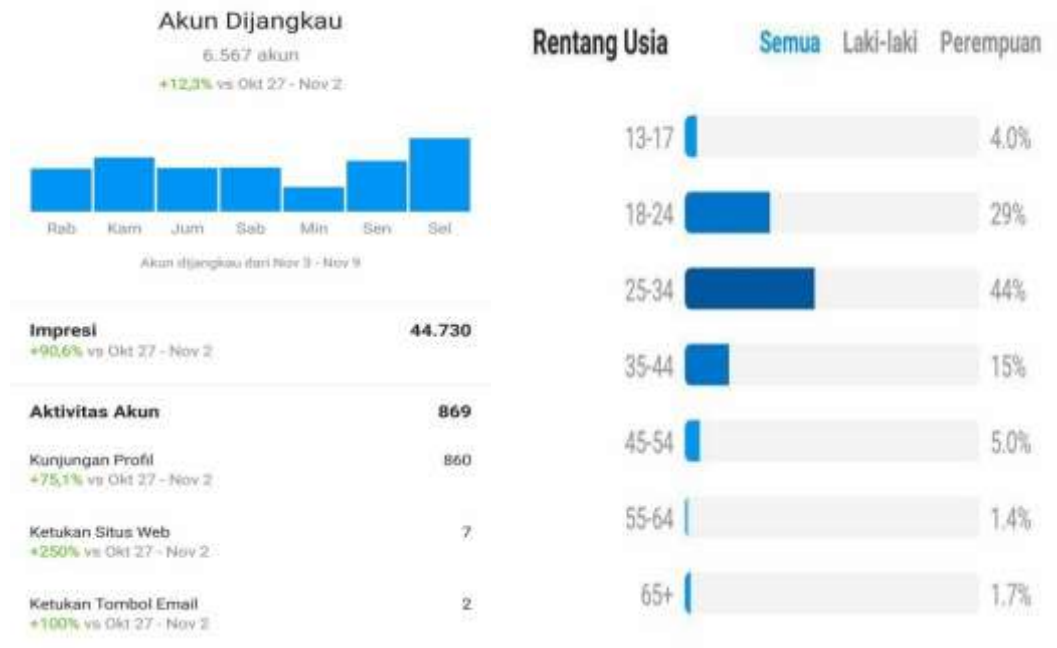


Sumber : *Instagram* @pemkab.banyuasin.

Pada gambar III. 8. dan gambar III. 9. menunjukkan data bahwa pada saat awal penelitian dilakukan pengikut media sosial *Instagram* resmi pemerintah yaitu @pemkab.banyuasin bertambah dari 6.143 pengikut menjadi 10.500 lebih pengikut, artinya media sosial *Instagram* resmi pemerintah ini juga memiliki perkembangan pengikut yang sama dengan *Facebook*, dan masyarakat Kabupaten Banyuasin semakin bertambah yang mengetahui pemerintah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi pembangunan di Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat.

Gambar III. 10. Insight Halaman dan Data pengunjung *Instagram*

@pemkab.banyuasin.



Sumber : *Instagram* @pemkab.banyuasin.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa dari tanggal 27 Oktober 2020 samapai 2 November 2020 ada 6.567 akun yang menjangkau media sosial *Instagram* @pemkab.banyuasin, sedangkan pada tanggal 3 November 2020 sampai 9 November 2020 terdapat kenaikan sebesar 12,3% akun yang menjangkau *Instagram* @pemkab.banyuasin. Impresi dari *Instagram* @pemkab.banyuasin juga mengalami peningkatan sebanyak +90,6% dari minggu sebelumnya dan untuk kunjungan yang dilakukan oleh pengikut media sosial ke profil *Instagram* @pemkab.banyuasin bertambah sebanyak +75,1% dari minggu sebelumnya. Artinya penyebaran informasi melalui media sosial resmi pemerintah

sangat efektif karena terus mengalami peningkatan. Selanjutnya rentan usia terbanyak pengikut untuk mendapatkan informasi pembangunan Kabupaten Banyuasin melalui *Instagram* @pemkab.banyuasin adalah usia 25-34 tahun dengan persentase 44%.

Respon yang diberikan oleh masyarakat dan diterima oleh pemerintah terhadap informasi yang diberikan melalui media sosial sangat beragam, pemerintah menerima respon masyarakat terkait informasi yang belum mereka berikan dengan cara mencari informasi yang diminta kemudian dibagikan melalui media sosial sehingga pertukan informasi dari pemerintah kepada masyarakat dapat terjalin dengan baik, respon lain dari masyarakat terhadap informasi yang diberikan oleh pemerintah melalui media sosial dengan memberikan dukungan terhadap kinerja pemerintah dan memberikan saran-saran dan informasi terkait tempat-tempat yang perlu diperhatikan dan dilakukan pembangunan infrastrukturnya.

Gambar III. 11. Contoh respon masyarakat.



Sumber : Instagram @pemkab.banyuasin.

Gambar diatas merupakan contoh dari respon masyarakat terhadap informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat dan belum dibagikan oleh pemerintah kepada masyarakat di Kabupaten Banyuasin.

3) Konsefek Dari Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

Sebelum memberikan informasi melalui media sosial resmi yang digunakan untuk dibagikan kepada masyarakat, pemerintah memiliki tim yang ditugaskan untuk melakukan peliputan dan dokumentasi sesuai dengan jadwal kegiatan pemerintah yang diperbarui setiap bulan yang didapatkan oleh pihak Dinas Komunikasi dan Informatika dari kantor Bupati, semua kegiatan pemerintahan yang akan dilaksanakan selama satu bulan kedepan sudah mereka ketahui untuk diliput dan didokumentasikan agar bisa disebarluaskan melalui media sosial resmi untuk diketahui oleh masyarakat bahwa pemerintah terus melakukan kegiatan-kegiatan untuk membangun Kabupaten Banyuasin.

Penyebaran informasi tentang kegiatan-kegiatan pembangunan yang dibagikan melalui penggunaan media sosial resmi pemerintah di zaman moderen sekarang ini dianggap efektif dilakukan oleh pemerintah untuk masyarakat yang ingin mendapatkan informasi tentang Kabupaten Banyuasin secara mudah dan cepat karena informasi yang mereka bagikan melalui media sosial dapat tersebar secara luas dan serentak. Akan tetapi untuk beberapa daerah yang memang sulit untuk mengakses internet dengan kualitas jaringan yang buruk dan masyarakat yang belum mengetahui media sosial resmi pemerintah Kabupaten Banyuasin,

peyebarluasan informasi pembangunan melalui media sosial ini memang dirasa kurang efektif.

Dengan pemanfaatan media sosial resmi yang dilakukan oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin mendapatkan tanggapan atau respon yang sangat baik dari masyarakat karena penyebaran informasi yang dapat dilakukan melalui media sosial secara cepat, luas dan serentak. Sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi lebih mudah dan hemat biaya. Selain itu, dengan memberika informasi tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah melalui media sosial resmi, pemerintah mendapatkan pandang yang positif dari masyarakat dan juga kepercayaan yang lebih dari masyarakat, karena pemerintah memang benar-benar menjalankan program-program kerja yang telah dijanjikan kepada masyarakat untuk membangun Kabupaten Banyuasin.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang efektivitas media sosial resmi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin dalam menyebarluaskan informasi pembangunan kepada masyarakat menyebabkan penyampaian dan penyebaran informasi yang diberikan Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat baik infrastruktur dan *non* infrastruktur dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Informasi terbaru yang dibagikan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin melalui media sosial dapat diakses kapanpun oleh masyarakat. Dengan adanya penggunaan media sosial dapat mempermudah pemerintah untuk memberikan banyak informasi kepada masyarakat sehingga pemerintah tidak perlu lagi turun langsung ke lapangan. Dan Pemerintah Kabupaten Banyuasin mendapatkan kepercayaan dan pandangan yang lebih baik dari masyarakat atas kinerjanya dalam membangun Kabupaten Banyuasin yang di informasikan melalui media sosial resmi Pemerintah Kabupaten Banyuasin.

B. SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini, peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Untuk pihak masyarakat Kabupaten Banyuasin diharapkan dapat lebih aktif memberikan masukan melalui media sosial tentang pembangunan-pembangunan yang memang perlu dilakukan di daerah Kabupaten Banyuasin, sehingga diharapkan kedepannya dengan masukan dan saran

tersebut pemerintah juga dapat melihat bahwa masyarakat begitu antusias dan peduli terhadap kegiatan pembangunan yang ada di Kabupaten Banyuasin. Selain itu, masyarakat pengikut media sosial resmi pemerintah Kabupaten Banyuasin diharapkan dapat membagikan informasi yang ada di media sosial resmi pemerintah dengan media sosial masing-masing agar semakin banyak masyarakat Kabupaten Banyuasin yang mengetahui informasi terbaru dan media sosial resmi pemerintah Kabupaten Banyuasin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Affandy, Muhajian, (2018).*Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press.
- Biagi, Shirley, (2010).*Pengantar Media Massa*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Buran, (2011).*Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Daryanto & Rahardjo Muljo, (2016).*Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Gava Media.
- Enterpise, Jubilee, (2012).*Buku Pintar Internet*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Evra, Ed. Wiliya., Rumondor Prasetio., & Busran, (2018).*Serenai Penelitian: Isam Kontemporer Tinjauan Multikultural*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Faiza, Arum., & Firda J. Sabila, (2018).*Arus Metamorfosa Milenial*, Surakarta: Penerbit Ernest.
- Fitrah, Muh., & Lutfyah, (2018).*Metodelogi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Study Kasus*, Sukabumi: CV Jejak.
- Hutahayan, Benny, (2019).*Peran Kepemimpinan Spiritual dan Media Sosial*, Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Indah, Hermin Wahyuni, (2013).*Kebijakan Media Baru di Indonesia*, Yogyakarta: Gajah mada University Press.
- Mulyana, Deddy, (2011).*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nadie, Lahyanto, (2018).*Media Massa dan Pasar Modal*, Jakarta: Media Center.
- Nurudin, (2018).*Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, Malang: Intrans Publishing.
- Morrison, (2015).*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana.
- Rokian, Ajmal, (2014).*Sejarah, Khasanah Budaya dan Profil Potensi Kabupaten Banyuasin*, Pangkalan Balai: Dinas Pariwisata, Seni, Budaya, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan.
- Romli, Khomsahrial, (2016).*Komunikasi Massa*, Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, (2012).*Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Tamburaka, Apriyadi, (2013). *Literasi Media : “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Widiastuti, Tuti, (2013). *Teori Komunikasi 2*, Jakarta: Penerbit Universitas Bakrie.

Wijaya, Hengki, (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

B. Skripsi

Ammar, Azril Fahrawi, (2017). *Efektivitas Dakwah Media Infokus Dalam Meningkatkan Ibadah Jamaah Di Masjid Al-Jihad Dan Masjid Al-Musabbihin Medan*, Medan: UIN Sumatera Utara.

Cahaya, Adityo Nur, (2018). *Efektivitas Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Dalam Pembelajaran Fiqh di MTS Negeri Semarang*, Semarang: IAIN Salatiga.

Febriana, Idza, (2019). *Efektivitas Penerapan Media Audio Visual Dalam Pembelajaran Fiqih Di MTS Ma'Arif Nu 07 Purbolinggo Lampung Timur*, Lampung: IAIN Metro.

Ferlitasari, Reni, (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Study Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)*, Bandar Lampung: UIN Raden Intan.

Harnanik, Riza, (2018). *Efektivitas Penggunaan Media Power Point Dalam Pembelajaran Fiqih Di MAN 1 Lubuk Linggau*, Lubuk Linggau: Sekolah Tinggi Agama Islam Bumi Silampiri.

Nurhayati, (2019). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial (Whatsapp) Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Terhadap Kalangan Remaja Di Desa Seritanjung*, Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.

Putra, Augasta Eka Rasa, (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Kesadaran Bersedekah (Study Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Putra, Mahardika, (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran, Yogyakarta: Universitas Sanata Darma.

Jurnal :

Alfirahmi, (2019). Fenomena Kopi kekinian Di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses And Effect. *Jurnal Lugas*, Vol. 3, No. 1, Juni 2019,pp. 24-32.

Indika, R. Deru., & Jovita Cindy, (2017). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 01, NO. 01, Juni 2017 ISSN 2580-4928.

Pratiwi, Sri., & Ginting Rahmanita, (2017). Analisis Literasi Media Televisi Dalam Keluarga. *Jurnal Channel*, Vol 5, No. 2, Oktober 2017, hlm. 109-122.

Prabowo, Agung, & Arofah Kurnia, (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal Aspikom*, Vol. 3 NO. 2, Januari 2017, hlm 256-269.

Setiadi, Ahmad, (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal AMIK BSI Karawang*.

Internet :

www.banyuasinkab.go.id

www.medianusantaranews.com/2019/07/06/h-askolani-uraikan-sejarah-berdirinya-kabupaten-banyuasin