



Pemanfaatan Media Sosial di Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Aceh Barat sebagai Komunikasi Publik di Aceh Barat

Eka Fatma¹, Rizky Amalia Syahrani²

^{1,2} Universitas Teuku Umar, Aceh Barat, Indonesia

Email: ekafatma2000@gmail.com.

Abstrak

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kabupaten Aceh Barat bertugas mengelola informasi pemerintahan dan menyebarkannya kepada masyarakat melalui platform media sosial seperti Instagram dan YouTube. Platform-platform ini menjadi sarana penting dalam komunikasi publik yang sejalan dengan tren masa kini dan dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Instagram dan YouTube dalam komunikasi publik di lingkungan dinas komunikasi dan informatika Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data melalui observasi dan wawancara untuk menyajikan gambaran situasi yang jujur dan akurat. Penelitian ini melibatkan lima informan, termasuk tokoh-tokoh penting dari Diskominsa Aceh Barat dan individu dari masyarakat setempat. Temuan menunjukkan bahwa Diskominsa Aceh Barat menganut prinsip kedekatan media dengan memastikan penyebaran informasi yang tepat waktu dan relevan guna menjawab permasalahan masyarakat. Selain itu, kontennya terdiversifikasi untuk memenuhi preferensi audiens yang berbeda. Dalam menjangkau masyarakat luas, Diskominsa mengandalkan keterlibatan aktif pejabat pemerintah daerah, seperti Bupati dan Camat, untuk memanfaatkan platform media sosial mereka dalam penyebaran informasi. Strategi ini diyakini efektif menjangkau berbagai lapisan masyarakat, baik generasi muda maupun tua. Informasi yang dibagikan mencakup berbagai topik, meliputi perkembangan terkini, program bantuan sosial, peringatan darurat, konten hiburan, dan pengumuman peraturan yang relevan dengan Kabupaten Aceh Barat.

Kata kunci: Social Media, Instagram, Youtube, Public Communication.

Abstract

The Office of Communication, Informatics, and Statistics in West Aceh Regency is responsible for managing government information and disseminating it to the public through social media platforms like Instagram and YouTube. These platforms serve as crucial tools for public communication in line with current trends and are widely utilized by the community. This research aims to explore the role of Instagram and YouTube in public communication within the West Aceh District's communications and informatics service. The study adopts a qualitative descriptive approach, collecting data through observation and interviews to present an honest and accurate account of the situation. The study involved five informants, including key figures from West Aceh Diskominsa and individuals from the local community. The findings reveal that West Aceh Diskominsa adheres to the principles of media immediacy by ensuring the timely and relevant dissemination of information that addresses community concerns. Moreover, the content is diversified to cater to different audience preferences. In reaching out to the broader community, Diskominsa relies on the active involvement of local government officials, such as the Regent and Camat, to leverage their social media platforms for information dissemination. This strategy is believed to effectively reach various segments of society, including both the younger and older generations. The information shared covers a wide range of topics, encompassing development updates, social assistance programs, emergency alerts, entertainment content, and regulatory announcements relevant to the West Aceh District.

Keywords: Media Sosial, Instagram, Youtube, Komunikasi Publik.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia saat ini terhadap berbagai hal sangat mempengaruhi banyak dimensi kehidupan manusia dengan cepat. Perkembangan tersebut bukan hanya mengenai pergeseran budaya yang dahulunya tradisional menjadi modern. Namun, juga menggeser pola pikir dan hidup manusia. Era perubahan yang nyata terasa saat ini adalah perubahan akibat adanya Revolusi Industri 4.0.

Pergeseran sistem kerja yang dahulunya masih bersifat manual dan harus dikerjakan sendiri oleh manusia kini berkembang menjadi serba instan melalui pemanfaatan teknologi dengan berbagai kemudahan didalamnya. Salah satunya ialah dalam hal cara berkomunikasi dimana mengalami perubahan yang sangat signifikan, misalnya proses mengirim dan bertukar informasi menggunakan hewan seperti mengirim pesan lewat merpati sebagai media mengirim pesan atau mengirim pesan lewat surat kini digantikan dengan media pengirim pesan digital (Ashari, 2019; Mariano, 2018; Muliawanti, 2018).

Hal ini tentu beralasan selain karena mudah untuk diakses juga dapat digunakan kapan pun dan dimana saja, prosesnya juga jauh lebih cepat dan efisien. Setiap orang dapat langsung berkomunikasi tatap muka secara tidak langsung saat ini. Media tersebut dikenal sebagai media social (Fitriani, 2017). Penggunaan media sosial pun akhirnya berkembang sebagai salah satu cara masyarakat dalam berkomunikasi (Jefri, 2022) (Pasha, 2022) (Safiya, 2022).

Organisasi yang bertanggung jawab atas pengelolaan komunikasi dan teknologi informasi di Kabupaten Aceh Barat adalah Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kabupaten Aceh Barat (Pace, 2006). Dinas ini berupaya untuk mengelola informasi dari pemerintah kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat memahaminya dengan mudah. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan YouTube sebagai sarana komunikasi public (Halilintar, 2022). Dengan demikian, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kabupaten Aceh Barat berperan sebagai pusat informasi yang sesuai dengan kebutuhan pemerintah dan masyarakat. Namun, mengingat bahwa sebagian besar masyarakat di daerah tersebut memiliki status ekonomi menengah ke bawah, tidak semua orang dapat mengakses informasi yang disampaikan melalui media sosial tersebut (Respati, 2014). Hal ini menjadi tantangan dan bahan evaluasi bagi pemerintah dan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kabupaten Aceh Barat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, pesan atau informasi yang disampaikan harus tetap dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Aceh Barat.

Pengguna media sosial menurut Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat kebanyakan berasal dari kalangan usia milenial (McQuail, 2011; Muhammad Zuhri Firdian, 2023). Namun belum diketahui apakah generasi usia tersebut keseluruhannya merupakan followers (pengikut) dari akun Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat sehingga Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat perlu melakukan penelusuran lebih mendalam mengenai siapa audience utama dari akun media sosialnya serta apakah keseluruhan audience yakni followers tersebut adalah penduduk Kabupaten Aceh Barat atau bukan (Qorib, 2020) (Setiadi, 2016). Seiring berjalannya waktu, akun Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat bukan hanya dijadikan sebagai sarana informasi publik, namun oleh masyarakat sebagai sarana pengaduan dan aspirasi baik melalui akun youtube dan akun instagram.



Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023
Gambar 1

Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Aceh Barat memastikan informasi terkait kebijakan pemerintah dan rencana kegiatan pemerintah disampaikan dengan cepat, tepat sasaran, dan efektif kepada masyarakat. Hal ini dilakukan melalui media sosial Instagram dan YouTube, yang dianggap efektif oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Aceh Barat karena mayoritas masyarakat saat ini aktif menggunakan platform tersebut. Dalam berkomunikasi, penting untuk memilih kata-kata yang menarik agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Instagram dapat menjadi media yang efektif jika digunakan dengan tepat dan ditargetkan kepada audiens yang spesifik (Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, 2023).

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Aceh Barat dalam komunikasi di media sosial memilih judul unggahan yang menarik dan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Penggunaan Instagram dinilai efektif jika dimanfaatkan dengan baik dan ditujukan kepada masyarakat tertentu. Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap postingan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat, terlihat bahwa sosial media kurang dimanfaatkan dengan baik. Hal ini terbukti dari kurangnya pembaruan terakhir di YouTube pada tahun 2023 dan ketidak konsistenan unggahan di Instagram. Misalnya, terdapat jeda waktu 15 hari antara unggahan pada tanggal 10 April 2023 dan unggahan berikutnya pada tanggal 25 April. Kemudian, terdapat jeda waktu 4 hari antara unggahan pada tanggal 25 April dan unggahan berikutnya pada tanggal 29 April. Selain itu, terdapat jeda waktu 10 hari antara unggahan pada tanggal 29 April dan unggahan berikutnya pada tanggal 9 Mei 2023. Hal ini menunjukkan bahwa sosial media tidak dimanfaatkan dengan baik dan konsisten oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat sebagai sarana komunikasi publik di Aceh Barat. Seharusnya, jika sosial media digunakan sebagai sarana komunikasi publik, unggahan di media sosial tersebut harus dilakukan setiap hari agar publik dapat mengetahui semua kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat (Fadli, 2021) (Putra & Zuhri, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengangkat judul penelitian tentang "Pemanfaatan Sosial Media di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Aceh Barat Sebagai Komunikasi Publik di Aceh Barat".

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Berlo tentang model komunikasi SMCR. Komunikasi telah didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia, sehingga untuk terjadinya proses komunikasi minimal terdiri dari 5 unsur yaitu: 1. Pengirim pesan (komunikator) 2. Pesan 3. Media 4. Penerima (komunikan) 5. Pengaruh atau efek. Awal tahun 1960-an, David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana yang dikenal dengan "SMCR", yaitu: Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluranmedia) dan Receiver (penerima) (Mulyana, 2015)

Setiap pelaku komunikasi akan melakukan empat tindakan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan suatu ide atau gagasan. Ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja system syaraf. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang diterimanya ini kemudian akan diolah melalui system syaraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan

tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi maka si orang tersebut kembali akan membentuk dan menyampaikn pesan baru. Demikianlah keempat tindakan ini terus menerus terjadi secara berulang- ulang (Mulyana, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data melalui observasi dan wawancara untuk menyajikan gambaran situasi yang jujur dan akurat (Sugiyono, 2018). Penelitian ini melibatkan lima informan, termasuk tokoh-tokoh penting dari Diskominsa Aceh Barat dan individu dari masyarakat setempat. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data orimer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan informan kunci dari Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat. Data sekunder menggunakan sumber-sumber literatur terkait yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu melakukan observasi dan wawancara. Analisis data penelitian ini yaitu data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana peneliti mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data wawancara dan observasi.

Penentuan Informan dalam penelitian ini terbagi dua yaitu informan kunci dan informan pendukung, dan informan yang dipilih dalam peelitian ini berjumlah 4 orang yang bekerja Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat.

Dari penjelasan di atas peneliti membuat nama dan jabatan informan berikut ini: table 1.

Nama	Jabatan
Drs. Darwis, M.Si	Kepala Dinas
Azhari, Skom (yang menentukan isi informasi yang akan di publikasikan)	Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika
Hidayat, S.E (yang membuat informasi dan mempublikasikannya di instagram dan youtube)	Kasi Pengelolaan Komunkasi Publik
Oka (bekerja di Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian)	Karyawan di Dinas Komunikasi dan Informatika
Dika (Sebagai pengelola sosmed)	Karyawan di Dinas Komunikasi dan Informatika

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori yang diterapkan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana yang dikenal dengan “SMCR”, yaitu: Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluranmedia) dan Receiver (penerima) (Mulyana, 2015).

1. Source (Pengirim)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang atau bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya seperti partai, organisasi atau lembaga. Dalam hal ini sumber komunikasi berasal dari Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat. Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian telah melakukan komunikasi publik yang fleksibel dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini berarti masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi tersebut dengan jelas dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang semua informasi pemerintahan di Kabupaten Aceh Barat secara cepat dan akurat. Ini sangat membantu masyarakat dan perlu terus dikembangkan dengan memberikan informasi yang terus diperbarui agar dapat diketahui oleh masyarakat. Selain itu, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian juga dapat membuka kolom komentar di akun Instagram dan YouTube mereka agar masyarakat dapat memberikan apresiasi, saran, dan masukan kepada pemerintah untuk membangun Aceh Barat yang lebih baik di masa depan.

Pengiriman pesan atau komunikasi yang akan disampaikan kepada masyarakat di sampaikan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat melalui instagram dan youtube dalam waktu berkala yaitu seminggu 3 kali, setiap ada kegiatan dan semua informasi akan disampaikan untuk di ketahui publik oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat (Hasil wawancara dengan Hidayat S.E, selaku Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Azhari, terungkap bahwa Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat telah menyediakan konten pengetahuan melalui Instagram dan YouTube. Konten tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat meskipun mereka tidak dapat mengikuti kegiatan secara langsung. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, pemerintah daerah Aceh Barat dapat menjembatani komunikasi dengan masyarakat melalui konten pengetahuan yang dapat diakses melalui platform tersebut. Bapak Dika juga menambahkan bahwa konten yang disajikan melalui Instagram dan YouTube tersebut sangat beragam. Mulai dari konten kuliner, kejuaraan open grasstrack dan motocross sada Teuku Umar tahun 2023, tempat wisata irigasi Lhok Guci Aceh Barat, hingga konten lainnya. Menurut informan kunci, Instagram milik Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat juga berhasil menjangkau segmen usia tua melalui kontennya. Salah satu contoh konkretnya adalah konten mengenai peresmian jalan lingkar tembus dan fasilitas kesehatan di Aceh Barat, serta kegiatan pertanian yang menjadi perhatian Pemerintah Kabupaten Aceh Barat dengan bantuan pertanian. Informan kunci merasa bahwa pemerintah secara transparan memberikan informasi mengenai hasil kerja keras mereka kepada masyarakat dengan berbagai aspek yang relevan.

Kemampuan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat dalam menyampaikan perasaan personal dan emosi dari komunikasi merupakan hal yang penting. Menurut Bapak Darwis, bahwa Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat lebih memanfaatkan fitur dari Instagram untuk memeriksa tingkat engagement melalui fitur insight Instagram bisnis. Insight tersebut memudahkan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat dalam melihat segmentasi followers Instagram mereka. Pemanfaatan fitur ini juga dapat meningkatkan jumlah viewers jika pemerintah memperhatikan waktu yang tepat untuk memposting konten.

Bapak Oka menyarankan agar Instagram Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat juga memperhatikan interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui kolom komentar. Dengan menambahkan pertanyaan dalam caption, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat dapat langsung mendapatkan feedback dari masyarakat. Informan ahli menekankan pentingnya kenyamanan dalam melihat konten yang disebar oleh Instagram Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat. Beberapa desain konten yang kurang menarik perhatian pembaca juga perlu dievaluasi untuk meningkatkan engagement rate Instagram mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti menyoroti pentingnya indikator sumber personal Instagram Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat dalam memperhatikan caption. Hal ini bertujuan agar proses komunikasi antara masyarakat dan pemerintah dapat berlangsung dua arah, sehingga masyarakat menjadi lebih aware terhadap informasi publik yang disampaikan melalui Instagram tersebut

2. Message (pesan)

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka ataupun melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan informasi, nasihat, opini, atau propaganda secara berkala dan mendapatkan respon secara cepat (Mulyana, 2015).



Gambar 2. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023



Gambar 3. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh



Gambar 4. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023



Gambar 5. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023

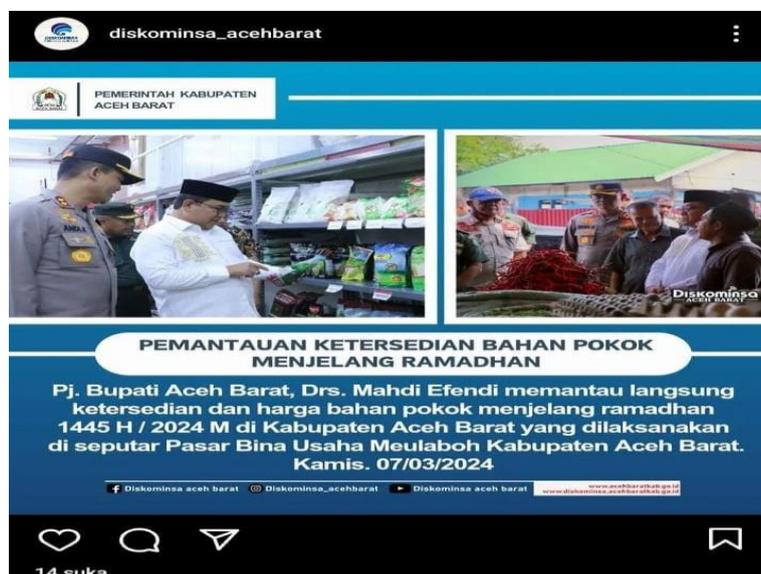
Pesan yang disampaikan melalui media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses komunikasi. Jika terjadi penundaan dalam menyampaikan pesan, maka pesan tersebut dapat kehilangan relevansinya. Dalam wawancara dengan Bapak Azhari, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat, diketahui bahwa mereka memiliki jadwal tertentu untuk mengunggah konten, namun tidak terikat pada waktu tertentu. Konten tersebut diunggah setelah selesai diedit dan memenuhi syarat untuk disebarluaskan. Hal ini dilakukan agar informasi tidak terlewatkan oleh masyarakat dan tetap up to date. Selain itu, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat juga telah memuat informasi publik yang sesuai dengan kejadian di Kota Aceh Barat dan Pemkab Aceh Barat.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Hidayat S.E, masyarakat menerima pesan langsung melalui media sosial seperti Instagram dan YouTube melalui ponsel mereka. Pesan tersebut diterima dengan baik, menunjukkan bahwa alur komunikasi berjalan dengan lancar. Respons masyarakat terhadap pesan tersebut beragam, ada yang positif dan negatif. Hal ini wajar, karena tidak semua respons harus positif. Respons negatif dapat dijadikan sebagai masukan dan perbaikan bagi Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat.

Menurut peneliti, pemerintah telah menambahkan konten hiburan seperti tempat wisata dan hiburan motocross kepada masyarakat sebagai upaya untuk mengurangi kegelisahan yang dirasakan oleh masyarakat terhadap berbagai peristiwa yang terjadi di seluruh dunia. Dengan adanya konten hiburan ini, diharapkan masyarakat dapat mengurangi rasa panik terhadap masalah-masalah seperti banjir, bencana alam, pandemi, dan lain sebagainya. Selain itu, pemerintah juga telah beberapa kali melakukan penggalangan dana melalui siaran langsung di Instagram dan konten yang ditayangkan di YouTube, yang berasal dari kegiatan hiburan seperti motocross. Hasil donasi yang terkumpul kemudian digunakan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, terutama mereka yang terkena dampak bencana. Dengan adanya konten dan kegiatan hiburan ini, masyarakat dapat memahami bahwa Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat berusaha dengan segenap tenaga untuk membantu pemerintah pusat dalam menangani masalah yang ada di masyarakat. Selain itu, masyarakat juga dapat menikmati hiburan sekaligus memberikan donasi kepada mereka yang terdampak oleh masalah seperti bencana alam atau penyakit.



Gambar 6 Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023



Gambar 7. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023



Gambar 8. Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023

Media

Penyebaran informasi diperlukan dalam memilih media, sebagaimana dicetuskan pemilihan media yang lebih kaya cocok pada situasi menyampaikan pesan penting, pesan yang berpotensi menimbulkan ambiguitas, media yang membutuhkan keterangan lebih lanjut. Semakin kaya suatu media, maka akan semakin efektif dalam menyampaikan pesan. Dari hasil wawancara peneliti dengan Informan Pendukung, Drs. Darwis, M.Si, disampaikan bahwa Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat memberikan informasi atau melakukan komunikasi dengan cara mengupdate semua berita, kegiatan, dan segala sesuatu tentang Pemkab Aceh Barat yang bersifat informatif, up to date, dan bernuansa positif dengan pengemasan lebih unggul dari kanal informasi lain melalui Instagram dan YouTube milik Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada ketiga informan kunci, didapatkan hasil bahwa dalam melakukan penyebaran informasi pada media sosial Instagram dan YouTube, informasi disediakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hidayat S.E, terungkap bahwa vlog yang diunggah pada media sosial Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, seperti vlog sobatkail, memiliki konten yang dikemas dengan musik yang enak didengar dan menampilkan berbagai olahan hasil laut binaan DKP Aceh Barat serta liputan acara syahidnya Pahlawan Teuku Umar. Selain itu, bahasa yang digunakan cenderung informal dengan gaya santai. Berdasarkan pernyataan Informan, semua unggahan vlog Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat disajikan dengan cara yang menarik dan tidak terlalu kaku. Dukungan dari Informan lain menunjukkan bahwa Instagram dan YouTube Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat berhasil menjangkau segmen usia muda dan tua dengan konten yang variatif. Unggahan yang disediakan oleh Dinas tersebut tidak hanya berfokus pada kegiatan Pemkab Aceh Barat, tetapi juga mencakup informasi seputar wisata, pendidikan, kehidupan masyarakat, bantuan modal usaha, dan topik lain yang relevan bagi berbagai kalangan.

Receiver (penerima)

Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima adalah elemen terpenting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Charles Wright sasaran komunikasi massa memiliki karakteristik : large yaitu besarnya adalah relatif dan menyebar dalam berbagai lokasi, heterogen yaitu semua lapisan masyarakat dengan berbagai keragamannya, dan anonim. Kemudian untuk melihat jangkauan komunikasi maka kemudian peneliti menggunakan fitur insight yang terdapat pada aplikasi facebook dan Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Aceh Barat. Berikut adalah data komunikasi yang mengakses media sosial

Instagram akun Dinas Komunikasi dan Informatika Aceh Barat berdasarkan hasil observasi peneliti dengan memanfaatkan fitur insight.



Sumber: Instagram Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Aceh Barat, diakses 23 November 2023

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Aceh Barat telah berhasil menyampaikan informasi dengan baik melalui pendekatan verbal maupun non-verbal. Hal ini terbukti dari respon positif masyarakat terhadap unggahan yang diunggah oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat, yang dapat dipahami dengan baik oleh semua kalangan. Komunikasi yang disampaikan telah mencapai semua lapisan masyarakat sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut peneliti, pemanfaatan media sosial Instagram dan YouTube oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat sangat penting. Penyebaran informasi ini didasarkan pada kriteria kesegeraan, variasi bahasa, keragaman isyarat, dan sumber personal. Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian memiliki interaksi sosial yang luas dan mencakup semua kalangan, termasuk muda dan tua. Hal ini sangat positif dan perlu terus dikembangkan, karena dengan adanya interaksi yang baik ini, masyarakat akan semakin tertarik untuk terus membaca informasi yang dibagikan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian setiap saat. Selain itu, kegiatan yang memiliki interaksi langsung seperti kunjungan, penyuluhan, penyerahan bantuan, pembukaan wisata, dan turnamen juga sangat baik untuk terus dikembangkan dan dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui peran pemerintah di Aceh Barat dalam membantu dan hadir untuk masyarakat luas di wilayah tersebut.

KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat sebagai sarana komunikasi pemerintahan belum sepenuhnya dikatakan berjalan efektif dikarenakan dari penelitian yang dilakukan peneliti terlihat masih kurangnya kesiapan sarana dan prasarana pendukung terpenuhinya akses jaringan yang bisa mendukung masyarakat dalam menjangkau ke media sosial sehingga masih banyak masyarakat yang belum bisa kemudian mengakses media internet dikarenakan kendala jaringan tadi (Suprapti, 2021). Hal lain yang

kemudian menyebabkan pemanfaatan media sosial ini belum berjalan sebagai komunikasi yang efektif adalah terdapat jeda waktu 15 hari antara unggahan pada tanggal 10 April 2023 dan unggahan berikutnya pada tanggal 25 April. Kemudian, terdapat jeda waktu 4 hari antara unggahan pada tanggal 25 April dan unggahan berikutnya pada tanggal 29 April. Selain itu, terdapat jeda waktu 10 hari antara unggahan pada tanggal 29 April dan unggahan berikutnya pada tanggal 9 Mei 2023. Hal ini menunjukkan bahwa sosial media tidak dimanfaatkan dengan baik dan konsisten oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat sebagai sarana komunikasi publik di Aceh Barat. Seharusnya, jika sosial media digunakan sebagai sarana komunikasi publik, unggahan di media sosial tersebut harus dilakukan setiap hari agar publik dapat mengetahui semua kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, M. (2019). Jurnalisme digital: Dari pengumpulan informasi sampai penyebaran pesan. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 1–16.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148–152.
- Halilintar, M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makassar Sebagai Alat Komunikasi Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Kota Makassar*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Mariano, S. (2018). *Penerapan E-Government Dalam Peningkatan Pelayanan Publik Di Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Airlangga.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Muhammad Zuhri Firdian, Z. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo Kampar Sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *Jurnal Lentera*, 2(1), 79–98.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*.
- Pace, R. W. (2006). *Komunikasi organisasi*.
- Pasha, J. R. (2022). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintahan Pada Bagian Humas Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang Provinsi Aceh*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Putra, H., & Zuhri, A. (2022). Implementasi Teknik Komunikasi Pembina Pramuka Terhadap Siswa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 13(1), 39–51.
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–71.
- Respati, W. (2014). Transformasi media massa menuju era masyarakat informasi di Indonesia. *Humaniora*, 5(1), 39–51.
- Safiya, D. A. S. (2022). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram@ 102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 Fm Cilegon Di Kalangan Followers*. Universitas Komputer Indonesia.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suprpti, A. (2021). *Analisis Jaringan Komunikasi Antara Ppid Utama Dan Ppid Pembantu Dalam Menyediakan Informasi Publik Pada Pemerintah Kota Solok*. Universitas Andalas.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)