

Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik

Fauzziyah Hanifah^{1*}, Isnani Dzuhrina²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia

*fauzziyahhh@gmail.com

Abstract

The emergence of social media and its development makes it easier for individuals to carry out various interactions. Social Media plays a role as an effort to improve the quality of public services. Social media is a more efficient means of building relationships between government agencies and the community. One of them can lead to achieving understanding between the community and government agencies because this is an effort to improve the quality of public services. One of the efforts made by the Sidoarjo Dukcapil Department to improve the quality of public services is by optimizing Instagram social media. Optimizing Instagram in government agencies is something that needs attention, both in sharing information and activity content. Therefore, this research aims to find out how to optimize the Sidoarjo Disdukcapil Instagram social media as an effort to improve the quality of public services based on the 4C concept and The Circular Model of Some for Social Communication, using a qualitative descriptive approach. The results of this research show that the Sidoarjo Disdukcapil Instagram social media optimization as an effort to improve the quality of public services still does not fully fulfill the dimensions contained in the theory of social media utilization, namely Context, Communication, Collaboration, and Connection. This is because a conducive communication space has not been created and social media managers have not responded to all responses from the public, besides that the collaboration carried out has not been extensive. So there are still many dimensions that still need to be improved.

Keywords: Optimization; Social Media; Instagram; Public Service

Abstrak

Munculnya media sosial dan perkembangannya membuat mudah individu dalam melakukan beragam interaksi. Media Sosial berperan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Media sosial menjadi sarana yang lebih efisien dalam membangun relasi antara Instansi Pemerintah dengan masyarakat. Salah satunya dapat mengarah pada tercapainya kesepahaman antara masyarakat dengan instansi pemerintah karena ini merupakan upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Disdukcapil Sidoarjo dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah dengan melakukan optimasi media sosial instagram. Optimasi instagram di instansi pemerintahan menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan, baik dalam membagikan informasi ataupun konten kegiatan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimasi media sosial instagram Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik berdasarkan konsep 4C dan *The Circular Model of Some for Social Communication*, dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa optimasi media sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik masih belum sepenuhnya memenuhi dimesi-dimensi yang terkandung dalam teori pemanfaatan media sosial yaitu Context, Communication, Collaboration, dan Connection. Hal ini disebabkan karena belum terciptanya ruang komunikasi yang kondusif dan pengelola sosial media belum merespon seluruh tanggapan dari masyarakat, selain itu kolaborasi yang dilakukan juga belum luas. Sehingga masih banyak dimensi-dimensi yang masih perlu diperbaiki.

Kata Kunci: Optimasi; Media Sosial; Instagram; Pelayanan publik

PENDAHULUAN

Sekarang ini pertumbuhan informasi meningkat secara cepat, secara terdapatnya pertumbuhan komunikasi juga teknologi, membuat mudah individu guna berinteraksi. Secara terdapatnya teknologi informasi, sekarang ini tidak perlu langsung bertatap muka. Melainkan bisa dari handphone yang bisa membagikan informasi dengan tulisan serta lisan, saat ini internet berfungsi menjadi perolehan informasi yang aksesnya meluas sampai penjuru dunia. Internet menjadi suatu alternative masyarakat guna mendapatkan informasi secara cepat.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 2,67% dibanding dengan periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Saat ini masyarakat selalu berinteraksi dari internet, sebab internet membuat mudan guna berkomunikasi tanpa adanya batasan, secara mudahnya ini warga berkomunikasi menggunakan internet hingga terwujud media sosial. Menurut Nasrullah (2015) media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya untuk bekerja sama, berbagi, berinteraksi serta berkomunikasi dengan pengguna lain dalam membentuk ikatan sosial secara virtual. Sedangkan menurut Tracy L. Tuten dan Michael R. Solomon menyatakan bahwa, media sosial adalah sarana untuk komunikasi, kolaborasi, serta penanaman secara daring diantara jaringan orang-orang, masyarakat, dan organisasi yang saling terkait, saling tergantung dan diperkuat oleh kemampuan serta mobilitas teknologi. (Michael R. Solon, 2020) .

Kenanga Puspitasari serta Fajar Suderajat (2017) melalui jurnalnya berjudul "Pengelolaan Media Sosial oleh Unit *Corporate Communication* Pt Gmf Aerosia Vol 9 (2)", mengatakan jika media sosial

sebagai alat yang dipakai guna membagikan laporan dengan cakupan semua pada periode yang cepat serta mempunyai taraf efesiensi serta keefektifitasan yang besar. Selain memiliki fungsi mempermudah menyebarkan dan menyampaikan dalam memberikan layanan informasi dengan cepat, sosial media juga dapat membagikan anggapan terhadap warga mengenai laporan yang dibagikan (Fajar Suderajat, 2017). Media Sosial berperan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Hal ini sudah tertuang dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 04 Butir (c) yang menyebutkan bahwa, "Pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik." (Utami, 2020)

Menurut Rendita Anugrah Utami, Asisten Ombudsman Republik Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Kalimantan Barat menyebutkan Berdasarkan amanat Undang-Undang tersebut seharusnya para penyelenggara pelayanan publik wajib melakukan pemanfaatan teknologi informasi dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan publik, hal ini juga dapat mendorong pemerintah melakukan percepatan dalam *e-government* yaitu suatu upaya dalam menciptakan pemerintahan yang berbasis elektronik. Tren media sosial yang begitu akrab dengan masyarakat Indonesia saat ini dapat dimanfaatkan para penyelenggara pelayanan publik sebagai sarana penyebaran informasi. Media sosial dapat menjadi sarana yang lebih efisien dalam membangun relasi antara Instansi Pemerintah dengan masyarakat. (Rendita Anugrah, 2020)

Menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, beberapa manfaat media sosial di instansi pemerintah diantaranya, dapat

menyebarkan informasi pemerintah agar menjangkau masyarakat dan membangun peran aparatur negara serta masyarakat melalui media sosial lebih mudah dalam menggali apresiasi, opini, dan masukan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah. Beberapa manfaat juga disebutkan dalam peraturan ini diantaranya kemudahan layanan dan keamanan pengguna, yaitu mampu memberikan layanan masyarakat secara daring yang dapat diakses sepanjang waktu (Utami, 2020).

Seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang paling akrab dan mudah diakses bagi masyarakat. Pemanfaatan media sosial bagi penyelenggara pelayanan publik khususnya Instansi Pemerintahan merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi (Irwansyah, 2022). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah media daring yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi konten. Salah satu media sosial yang dikenal oleh masyarakat ialah Instagram.

Instagram merupakan aplikasi yang dibentuk guna berbagi video serta foto yang berpotensi pemakainya guna mengambil video serta foto, memakai fitur yang sudah disajikan pada beragam laporan serta membagikannya pada beragam akses sosial. Menurut David J.Green Instagram berupa aplikasi sosial yang saat ini populer pada pemakai telepon pintar (smartphone). Julukan instagram bersumber dari kata “insta” maknanya “instan” serta “gram” berasal dari kata “Telegram”. Makna kata Instagram bisa dijabarkan menjadi aplikasi yang dipakai guna membagikan data secara cepat berwujud video serta gambar. Pemakaian Instagram ini makin meningkat sebab terdapatnya sebagian kelebihan yang disajikan dari beragam fiturnya.

Kelebihannya berupa kelancaran ketika pembagian video, reels, live streaming & foto. Instagram menyajikan efek yang bisa dipakai lalu Instagram menjadi media sosial di dunia maya memang memudahkan pengikut (followers) guna mengamati hal baru dari akun yang diikutinya. Kegunaannya menjadi media promosi, informasi, juga ide kreatif. (Atmoko, 2012:10) Dengan adanya instagram, masyarakat dapat lebih mudah dalam mengakses informasi yang diinginkan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Optimasi instagram di instansi pemerintahan menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan, baik dalam membagikan informasi ataupun konten kegiatan. Seluruh konten dan informasi yang dibagikan dalam instagram dapat menjadi gambaran diri suatu instansi pemerintah bagi masyarakat yang menerima konten tersebut. Optimasi instagram sangat penting dilakukan karena dengan begitu masyarakat akan mendapatkan informasi dengan cepat.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Sidoarjo merupakan salah satu instansi pemerintah yang memanfaatkan sosial media instagram dalam membagikan informasi ataupun konten kegiatan. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Sidoarjo berupa instansi pemerintah di sektor pencatatan sipil serta administrasi kependudukan sebagai kekuasaan Daerah. Disdukcapil Sidoarjo memiliki beberapa layanan untuk masyarakat antara lain dibentuknya Kartu Tanda Penduduk Elektronik, Kartu Keluarga, Kartu Identitas Anak, Surat Keterangan Pindah Warga Negara Indonesia, Akta Kematian, Penerbitan Akta Kelahiran serta lainnya. Di samping pelayanan offline, Disdukcapil Sidoarjo juga memiliki layanan online melalui platform Disdukcapil. Disdukcapil Sidoarjo memiliki sosial media aktif Instagram dengan nama (@disdukcapilsidoarjo) yang memiliki total 16,7 rb pengikut (per 2 oktober 2023). Unggahan yang ada di akun Instagram ini

berupa beragam informasi maupun laporan kegiatan yang dilaksanakan Disdukcapil serta laporan umum lainnya. Diamati melalui akun sosial media instagramnya, Disdukcapil Sidoarjo minim tanggapan pada konten yang dibagikan kepada warga tentang beragam laporan yang sudah dipublikasikan. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti (01/09/2023) dikuatkan dengan informasi dari Latifa Indira Dewi selaku Kepala Bidang Pemanfaatan Data dan Inovasi Pelayanan Disdukcapil Sidoarjo sekaligus tim pengelola sosial media instagram Disdukcapil Sidoarjo, bahwa sosial media memegang peran penting dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat karena penyampaian informasi bisa secara cepat dan efisien, selain itu komentar yang diberikan oleh masyarakat melalui sosial media dapat menjadi evaluasi bagi lembaga sehingga bisa langsung ditanggapi dan diselesaikan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melihat dan meneliti lebih jauh bagaimana optimasi sosial media instagram disdukcapil sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik.

Adapun analisis yang digunakan ialah Teori Pemanfaatan Media yang dikemukakan oleh Chris Heuer (2010) yang terdiri dari 4 dimensi yaitu; *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. *Context* dalam optimasi media sosial ialah mengenai cara membuat sebuah pesan dengan memperhatikan penggunaan bahasa. Aktivitas pengelolaan bahasa dalam membuat sebuah konteks di media sosial disebut juga dengan copywriting.

Communication dalam optimasi media sosial adalah tentang bagaimana seseorang dapat berbagi informasi dengan cara membaca, mendengar dan memberikan respon. *Collaboration* dalam optimasi media sosial adalah tentang bagaimana media sosial mampu menjadi tempat untuk mempertemukan berbagai pihak untuk kemudian melakukan suatu kolaborasi untuk kepentingan tertentu. Sedangkan

Connection dalam optimasi media sosial adalah tentang pemeliharaan suatu hubungan yang telah terjalin dengan orang lain yang menjadi sesama pengguna media sosial.

Menurut Fadillah Tessa (2018:32) *The Circular Model of SoMe* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell diciptakan untuk memudahkan pengguna media sosial dalam melakukan perencanaan komunikasi di media sosial. Dengan demikian, dalam menggunakan media sosial, harus disesuaikan dengan tujuan masing-masing instansi. Hal tersebut bertujuan agar optimasi media sosial dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan maksud yang telah ditentukan (Khotimah & Setiawan, 2022). Berikut merupakan penjelasan tentang *The Circular Model of Some for Social Communication* menurut (Luttrell, 2016):

- (1) *Share*: langkah ini, pengelola media sosial melaksanakan penetapan sasaran umum juga menentukan tipe media serta jaringan yang hendak dipakai dengan sesuai untuk himpunan guna membentuk keyakinan, mengamati akses, serta membentuk sebuah kaitan yang berpotensi terciptanya komunikasi antar khalayaknya. Pengelola ini perlu memiliki strategi untuk memakai media social supaya interaksinya bisa terlaksana secara optimal;
- (2) *Optimize*: langkah ini dilaksanakan pengamatan atas konflik yang terdapat disebabkan pengelolaan media social, maka kedepannya bisa ditelusuri alternative supaya lebih maksimal kedepannya. Penetapan lain yang perlu dimaksimalkan ialah tipe konten, tim pengelola berawal mula dari penanggung jawab hingga pelaksana teknis untuk keaktifan media sosial yang dipunyai. Melainkan dibutuhkan pengawasan pada panduan percakapan mengenai akun media social yang diaturnya supaya bisa mengamati kaitan umum secara pesan yang dibentuk disebabkan konten yang dibagikan.
- (3) *Manage*: pengelolaan media social akan berkaitan pada manajemen pesan serta

waktu, sikap yang perlu dilaksanakan dilangkah ini berupa penetapan periode pembagian yang benar, Perbandingan guna memakai bentuk manajemen konten untuk bisa terus ikut perbincangan yang dialami dengan real-time, aktif melaksanakan komunikasi bersama *audience* di fitur pesan serta dikolom komentar.

(4) *Engage*: kaitan umum untuk tiap konten yang ada di media sosial yang diatur berupa hal utama sebab bisa berdampak penilaian pada akun tersebut. kaitanya ditampilkan secara ketertarikan *public* pada konten yang kita bagikan, maka kedepanya mereka bisa berinteraksi dikonten itu serta membagikanya lagi ke *audience* secara meluas. Mengelola tahapan ini ialah hal yang tidak mudah, sehingga hal ini diasumsikan sebagai unsur penting.

Melalui penjabaran tersebut, penelitian ini dilakukan guna mengamati Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan berlandaskan teori 4C menurut Chris Heuer (2010) dan The Circular Model of Some for Social Communication menurut Regina Luttrell (2016). Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh M. Frilando Pratama mengenai Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pemprov Riau dan penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Sukarno, Atik Septi Winarsih, Hacykal Huda Wijaya, Prihantika Septi Cahyani terkait Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial (Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah). Penelitian yang dilakukan oleh M. Frilando Pratama mengenai Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pemprov Riau menunjukkan bahwa akun instagramnya intens dan aktif dalam memberikan informasi, aktif dalam membalas komentar serta menerima pengaduan tentang pelayanan publik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

Mohamad Sukarno, Atik Septi Winarsih, Hacykal Huda Wijaya, Prihantika Septi Cahyani terkait Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial (Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah) menunjukkan jika intensitas akun twitter memiliki presentasi tinggi yang artinya akun twitter tersebut aktif dalam menyampaikan informasi dan juga menerima pengaduan mengenai pelayanan publik. Di dalam penelitian ini, penulis menemukan inspirasi baru untuk penelitian dengan konteks yang berbeda dari sebelumnya. Dimana penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah bagaimana optimasi sosial media instagram yang dilakukan oleh Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana optimasi sosial media instagram Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif Kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam pengelolaan konten media sosial Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo dengan mendeskripsikan hasil konten yang telah diunggah di akun media sosial milik Disdukcapil Sidoarjo. Pendekatan ini dilakukan untuk menganalisis serta mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan aktivitas sosial, sikap, dan persepsi masyarakat baik secara individu maupun kelompok berdasarkan data dan informasi yang diperoleh di lapangan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer menurut Sugiyono (2017;193) adalah sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk sumber data sekunder menurut Sugiyono (2017;193)

merupakan sumber data penelitian yang didapatkan melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa artikel jurnal, buku, laporan penelitian sebelumnya, atau sumber informasi lain yang dapat mendukung penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik observasi menurut Nasution dalam Sugiyono (2020:109) dilakukan melalui pengamatan secara langsung oleh peneliti agar dapat memahami data keseluruhan sehingga dapat diperoleh pandangan yang menyeluruh. Saat mengumpulkan data melalui observasi, peneliti menggunakan catatan dan rekaman. Teknik Wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114) merupakan teknik mengumpulkan data secara tatap muka dan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber. Sedangkan teknik dokumentasi menurut Sugiyono (2020:124) ialah pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, dan juga gambar. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133) menyatakan bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data merupakan tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap obyek yang diteliti. Reduksi data dilakukan dengan memilah data secara terus-menerus selama penelitian berlangsung hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Setelah melakukan reduksi peneliti melakukan penyajian data agar memudahkan memahami dalam menyusun data. Selanjutnya pada tahap akhir adalah penarikan kesimpulan. Peneliti menentukan subjek penelitian dengan cara Purposive Sampling.

Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah Subjek merupakan

seseorang bidang Pemanfaatan Data dan Inovasi Layanan Disdukcapil Sidoarjo serta Subjek merupakan seseorang yang mengelola sosial media Disdukcapil Sidoarjo. Pada teknik keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Menurut Sugiyono (2015:83) Teknik triangulasi sumber data merupakan dengan menggali kebenaran informasi yang didapatkan melalui berbagai metode dan sumber. Pada penelitian ini, peneliti membandingkan hasil observasi dan wawancara dengan objek penelitian. Dengan hal ini akan mendapatkan pengetahuan yang lebih luas untuk memperoleh keabsahan data. Dalam penelitian ini yang menjadi tempat pelaksanaan penelitian adalah Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo Jl. Sultan Agung No.23, Gajah Timur, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212 dalam kurun waktu 6 bulan yaitu bulan Maret sampai dengan Oktober 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan penelitian dengan berlandaskan Teori Pemanfaatan Media oleh Chris Heuer (2010) dan *The Circular Model of Some for Social Communication* oleh Regina Luttrell (2016).

Karakteristik Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo

Berikut merupakan penjelasan temuan terkait karakteristik media sosial instagram Disdukcapil Sidoarjo dengan berlandaskan Teori Pemanfaatan Media oleh Crish Heuer (2010) yang terdiri dari 4 dimensi yang diuraikan ke dalam beberapa indikator berikut:

Dimensi Context

Dimensi context merupakan dimensi yang menjelaskan mengenai bagaimana mengemas informasi ataupun pesan yang akan disampaikan. Untuk mengukur dimensi context dalam optimasi sosial media instagram Disdukcapil Sidoarjo dapat dilihat

dari beberapa indikator berikut ini; (1) Tampilan Instagram, Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, bahwa tampilan instagram yang rapi dan tertata akan menarik perhatian dari *audience*. Tampilan instagram Disdukcapil Sidoarjo saat ini sudah mengalami peningkatan dalam kerapian instagram. Hal ini dapat dilihat dari penerapan *collor palette* yang digunakan dengan konsisten. *Collor palette* yang digunakan dapat dilihat pada tampilan feed maupun reels yang diunggah serta highlight pada instagram story; (2) Variasi Unggahan, Menurut hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, variasi konten yang diunggah di instagram Disdukcapil Sidoarjo adalah sebagai berikut:

Kegiatan Internal ialah berupa unggahan yang berisi kegiatan internal yang dilakukan oleh pegawai Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo. seperti rapat koordinasi, kunjungan kinerja, apel pagi dan lain sebagainya. **Kegiatan Eksternal** ialah berupa kegiatan yang dilakukan di luar kantor, seperti Jebete Sayang yaitu program jemput bola terpadu Sidoarjo yang gemilang, dimana ini merupakan layanan dengan mendatangi desa desa secara langsung dalam pembuatan Akta kelahiran, akta kematian, KK, Surat pindah, dan lain sebagainya. Peduli Dilan yaitu program pembuatan KTP dengan mendatangi lokasi pemohon secara langsung dan ditujukan kepada orang disabilitas, ODGJ, dan lansia. Dukcapil *goes to school* merupakan program layanan jemput bola KTP di sekolah kepada siswa yang berusia 17 tahun, dan masih banyak lagi program yang lainnya.

Infografis merupakan media informasi yang disajikan dalam bentuk teks, grafik, gambar, ilustrasi, dan tipografi. Tujuan dari sajian konten infografis sendiri yakni dapat mengemas informasi yang lebih singkat dan mudah dipahami, dapat mengkomunikasikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana, dapat menyampaikan informasi lebih menarik

sehingga meningkatkan minat baca. Contoh konten yang diunggah yaitu mengenai Dukcapil bermitra, agenda jebete sayang, layanan identitas kependudukan digital, dan informasi mengenai dokumen kependudukan lainnya.

Greeting yaitu unggahan yang berisi ucapan hari nasional baik yang bersifat keagamaan maupun secara umum, *greeting* semangat hari senin, *greeting* yang ditujukan untuk pemerintahan, pengumuman libur, dan lain- lain. *Feedback* yang didapat dari konten *greeting* biasanya berupa *like*, *comment*, dan *repost*. Hal inilah yang dapat menjaga hubungan baik antara Disdukcapil dengan *audience*.

Dimensi Communication

Dimensi *Communication* membahas tentang bagaimana informasi ataupun pesan yang disampaikan direspon, diperhatikan, dan dikembangkan dengan berbagai cara agar *audience* dapat menangkap pesan yang disampaikan dengan baik, hal itu dilihat dari Kejelasan informasi/pesan yang disampaikan dalam penulisan *caption* ataupun rilis pada konten yang diunggah di akun instagram Disdukcapil Sidoarjo ialah menggunakan bahasa formal dan semi formal yang disesuaikan dengan jenis maupun isi konten. Untuk mengetahui lebih dalam indikator ini, peneliti melakukan wawancara kepada Latifa Indira Dewi selaku Kepala Bidang Pemanfaatan Data dan Inovasi Layanan yang terdapat beberapa langkah yang telah diterapkan, diantaranya: (1) Memberikan judul dan tanggal di setiap konten yang diunggah sehingga masyarakat dapat menangkap maksud pesan ataupun informasi yang disampaikan; (2) Memanfaatkan fitur *live streaming* di setiap hari jumat sebagai sarana interaksi sehingga dapat berkomunikasi secara *intens* dengan *audience*; (3) Memanfaatkan fitur instagram story dan juga reels sebagai wadah untuk menyampaikan informasi yang lebih banyak dengan menampilkan video kegiatan sehingga pesan dapat lebih mudah

disampaikan dan tidak membosankan; (4) Merespon tanggapan *audience*; Akun Instagram Disdukcapil Sidoarjo selalu aktif dalam mengunggah kegiatan maupun berbagai informasi. Namun, akun Instagram Disdukcapil Sidoarjo belum bisa menarik banyak respon dari *audience*. Optimasi Instagram Disdukcapil Sidoarjo belum sesuai dengan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah pada Bab 3, Bagan 2, poin ke 1 yang menyebutkan bahwa salah satu tujuan instansi memanfaatkan media sosial adalah untuk menggunakan media sosial guna memahami dan menyerap aspirasi kebutuhan dari khalayak.

Dimensi *Collaboration*

Dimensi *Collaboration* membahas mengenai bagaimana pengelola sosial media mampu menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk kemudian melakukan suatu kolaborasi agar lebih efektif, efisien, dan sinergi khususnya dalam menyampaikan pesan ataupun informasi. Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo sudah memenuhi dimensi *collaborative* tetapi belum memiliki jangkauan yang lebih luas.

Dimensi *Connection*

Dimensi *Connection* ialah mengenai bagaimana membentuk dan memelihara suatu hubungan ataupun relasi yang telah terjalin dengan orang lain sesama pengguna media sosial. Untuk mengukur dimensi koneksi dalam optimasi sosial media Instagram Disdukcapil Sidoarjo dapat dilihat dari bagaimana hubungan antara instansi pemerintah dengan masyarakat. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Novia Citra Ayu selaku salah satu pengelola sosial media instagram Disdukcapil Sidoarjo dijelaskan bahwa optimasi media sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo sudah sesuai dengan Peraturan menteri

Pendayagunaan Aparatur Negara Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah pada Bab 3, Bagan 2, Poin ke 5 yang menyebutkan bahwa salah satu tujuan instansi memanfaatkan media sosial adalah untuk merangkul yaitu menggunakan media sosial untuk melibatkan masyarakat ke dalam kegiatan pemerintahan seperti memberikan masukan, saran, dan atau tindakan nyata.

Dalam hal ini optimasi media sosial Instagram akun resmi milik Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo (@disdukcapilsidoarjo) dilihat dari empat dimensi yang telah dikemukakan dalam Teori Pemanfaatan Media oleh Chris Heuer (2010). Adapun hal yang peneliti temui sebagai fokus dan inti dari penelitian kali ini yaitu; Optimasi media sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik, Disdukcapil Sidoarjo sudah memenuhi dimensi *Context*. Hal ini dapat dilihat dari variasi konten yang telah diunggah sudah beragam. Namun akun instagram Disdukcapil Sidoarjo belum sepenuhnya memenuhi dimensi *Communication*. Hal ini disebabkan karena belum terciptanya ruang komunikasi yang kondusif dan pengelola sosial media belum merespon seluruh tanggapan dari masyarakat. Selanjutnya, terkait dengan dimensi *Collaboration* sudah terpenuhi namun kolaborasi yang dilakukan belum luas, Hal ini dilihat dari adanya kolaborasi dan kerjasama antara akun @disdukcapilsidoarjo dengan @dolordarjo. Terakhir, optimasi media sosial instagram @disdukcapilsidoarjo belum sepenuhnya memenuhi dimensi *Connection*. Hal ini dapat dilihat dari adanya hubungan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat dalam memanfaatkan akun @disdukcapilsidoarjo sebagai wadah pengaduan melalui fitur instagram live dan Q&A di instastory tetapi masih ada tanggapan dari masyarakat yang tidak

direspon oleh tim pengelola sosial media instagram Disdukcapil Sidoarjo.

Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo

Tahapan Optimasi Media Sosial berlandaskan teori *The Circular Model of Some for Social Communication* oleh Regina Luttrell, diuraikan sebagai berikut:

(1) Share: dalam pengelolaan konten pada media sosial Instagram, aspek share menjadi pembahasan yang penting dimulai dari memahami tujuan dari penggunaan platform media sosial bagi organisasi. Penggunaan media sosial dapat menjangkau target yang luas dengan waktu yang fleksibel, jarak yang tidak terbatas, dan lebih hemat biaya. Disdukcapil Sidoarjo memilih Instagram untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Melalui Instagram, Disdukcapil Sidoarjo ingin menyampaikan pesan-pesan, di antaranya tentang aktivasi IKD, plavon dukcapil, agenda jebete sayang, dukcapil bermitra, dan lain sebagainya. Hal-hal yang diperhatikan oleh Disdukcapil Sidoarjo dalam membuat konten di Instagram banyak berkaitan dengan pesan apa yang ingin disampaikan dan pengemasannya. Kualitas kontrol dari segi visual dan konsep isi konten juga menjadi bahan pertimbangan, seperti tidak boleh mengandung SARA dan jangan sampai menjadi bumerang bagi instansi. Dalam mengatur waktu posting, Disdukcapil Sidoarjo memilih waktu-waktu pada sore menjelang malam atau waktu istirahat di pukul 17.00 s.d 20.00 WIB.

(2) Optimize: Instagram Disdukcapil Sidoarjo dikelola secara penuh oleh tim media sosial yang juga merupakan staff dari bidang pemanfaatan data dan inovasi pelayanan Disdukcapil Sidoarjo. Di dalam instagramnya, Disdukcapil Sidoarjo membagikan konten yang berkaitan dengan kegiatan internal maupun kegiatan eksternal seperti Plavon Dukcapil, Dukcapil Bermitra, Agenda Jebete Sayang, Dukcapil Goes to School, Apel Pagi Dukcapil, dan lain

sebagainya. Dari rangkaian konten tersebut, biasanya konten seputar plavon dukcapil dan dukcapil bermitra mendapatkan insight tinggi. Fitur yang sering digunakan di Instagram yaitu fitur bawaan dari platform tersebut, misalnya Reels. Akun Instagram @Disdukcapilsidoarjo cukup aktif memanfaatkan fitur Reel untuk mengunggah dan membagikan konten kreatif yang bertema informasi atau edukasi kepada khalayak sasaraannya. Selain itu, penggunaan tagar atau hashtag juga digunakan oleh pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo. Dalam setiap unggahannya, Disdukcapil Sidoarjo membubuhkan setidaknya 3 tagar utama yaitu #DisdukcapilSidoarjo, #DukcapilPrima, dan #BanggaMelayaniBangsa. Ketiga tagar utama tersebut merupakan bentuk branding dari instansi. Penggunaan fitur ini juga bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan transparansi informasi pemerintahan serta memberikan pelayanan yang efektif (Pujiyati, 2018).

(3) Manage: dalam mengelola media sosial yang dimiliki, Disdukcapil Sidoarjo memiliki sekitar 3 SDM yang bertugas sebagai tim media sosial. Setiap pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo juga harus jeli dalam memilah akun-akun yang berinteraksi, apakah akun tersebut akun asli atau akun palsu. Hal ini perlu dilakukan untuk mengukur sejauh mana respons yang perlu diberikan oleh pengelola media sosial. Secara ideal, pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo berupaya untuk interaktif dan tidak berjarak dengan pengikut yang berinteraksi, namun tetap memperlihatkan martabat sebagai sebuah instansi. Pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo juga berusaha untuk memberikan informasi dan interaksi secara berkelanjutan. Dalam mengontrol aktivitas media sosial, pengelola memastikan konten yang sudah dijadwalkan sebelumnya untuk dipublikasikan sudah diunggah. Jadwal dari setiap konten tersebut adalah perencanaan yang sudah disusun oleh tim pengelola

media sosial. Lebih dari itu, pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo sudah melakukan monitoring untuk mengontrol aktivitas konten yang diunggah. Sementara, untuk mempertahankan jumlah pengikut yang saat ini dimiliki, pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo berupaya untuk selalu menjaga interaksi dengan pengikut.

(4) Engage: Dalam menjaga hubungan dan kedekatan dengan pengikut, akun media sosial Disdukcapil Sidoarjo memanfaatkan fitur live streaming di instagram setiap hari jumat yang biasanya disebut dengan Dukcapil Sapa Masyarakat. Tim media sosial Disdukcapil Sidoarjo juga berusaha menciptakan konten-konten yang dekat dengan masyarakat yang berisikan konten informatif dan konten edukatif yang dibutuhkan oleh mereka. Untuk menyiasati, pengelola media sosial Disdukcapil Sidoarjo menggunakan kalimat yang mengajak audience untuk berinteraksi, kalimat pertanyaan, dan kalimat ajakan pada caption postingan. Informasi yang disajikan di Instagram @Disdukcapilsidoarjo dikemas dengan informatif, dan juga aktual yang bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh audience.

SIMPULAN

Bahwa Disdukcapil Sidoarjo menjadikan Instagram sebagai media utama dalam menyebarkan informasi kepada khalayak sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik. Disdukcapil Sidoarjo telah menentukan *color pallete*, *template* dan juga gaya komunikasi serta pesan pada konten yang diunggah. Disdukcapil Sidoarjo juga sudah memahami karakteristik media sosial namun masih banyak yang perlu diperbaiki dari dimesi-dimensi yang terkandung dalam teori pemanfaatan media yaitu *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection*. Beberapa yang masih harus diperhatikan yaitu merespon tanggapan dan menjalin koneksi yang baik antara masyarakat dengan pemerintah sebagai

wadah komunikasi, kemudian memperluas relasi dengan berbagai pihak dalam rangka mendukung keberhasilan keterbukaan informasi serta pencapaian kualitas pelayanan publik yang lebih baik. Dalam optimasi media sosial instagram yang dilakukan oleh Disdukcapil Sidoarjo, disarankan dapat menggali lebih dalam pemanfaatan fitur media sosial. Hal ini perlu dilakukan agar Disdukcapil Sidoarjo dapat mengikuti algoritma dan tren konten pada media sosial saat ini, Sehingga Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik dapat berjalan maksimal dan informasi yang diunggah di media sosial instagram Disdukcapil Sidoarjo dapat ditangkap dengan baik oleh para khalayak sasaran. Optimasi mengenai pemanfaatan fitur iklan atau yang biasa disebut dengan Instagram ads juga dapat menjadi pertimbangan dalam konten tertentu, misalnya campaign yang memiliki target dalam peningkatan awareness.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiatma, P. Y., & Mahmudah, S. M. (2023). Optimalisasi Integrasi Media Sosial Direktorat Jenderal Pemasyarakatan Sebagai Bentuk Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 232-246. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/2648>
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram@ cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128-139. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/145>
- Dictionary, M. H. (2010). *Model Komunikasi*. Karsa Pustaka.
- Farhatiningsih, L. (2018). Optimalisasi penggunaan Instagram dalam praktik kehumasan

- pemerintah. *Diakom*, 1(1), 278575. <https://www.neliti.com/publications/278575/optimalisasi-penggunaan-instagram-dalam-praktik-kehumasan-pemerintah>
- Fitria, N. J. L., & Nawangsih, V. S. A. (2023). EPIC Model Dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Governance Innovation*, 5(1), 24-41. <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/JOGIV/article/view/2315>
- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/1988/1469>
- Gil-Garcia, C. S.-A. (2013). Criado, J. Ignacio, Rodrigo Sandoval-Almazan, and J. Ramon Gil-Garcia. 2013. "Government Innovation through Social Media." *Government Information Quarterly* 30 (4): 319–26. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003>.
- Khan, G. F. (2014). Khan, Gohar Feroz, Bobby Swar, and Sang Kon Lee. 2014. "Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. *Social Science Computer Review* 32 (5): 606–27.
- Lee, S. &. (2016). Song, Changsoo, and Jooho Lee. 2016. "Citizens Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance and Management Review* 39 (2): 430–53.
- Meidiana, N., Toruan, R. R. M. L., Hamsinah, H., & Adhipoetra, R. (2022). Akun Instagram@humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 119-132. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr/article/view/2428>
- Michael R. Solon, T. L.T. d. (2013). 20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli.
- Miranda, A. C. B., & Dikdasmen, L. M. (2019). Pengelolaan Media Sosial Twitter Oleh Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(01), 50-63.
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48-59. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/1499>
- Nugraha, P. S., & Irwansyah, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 35-48.
- Rahayu, M. N., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2020). Pemanfaatan Instagram Dalam Menjaga Hubungan Baik Pt. Pupuk Kujang Dengan Stakeholders. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 186-201.
- Romadhoni, A., Hafiar, H., & Komariah, K. (2017). Pengelolaan instagram@humas_jabar oleh bagian humas pemerintah provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 6(2), 101-116. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/viewFile/4730/4472>
- Sapada, A. T., & Ikbali, M. (2020). Optimasi penggunaan media sosial Instagram dalam peningkatan pelayanan balai

- besar pengembangan keselamatan dan kesehatan kerja Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*, 16(1), 14-14. <https://makassar.lan.go.id/jap/index.php/jap/article/view/44>
- Siregar, R. B. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Pembangunan Di Kota Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 1047-1054.. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/720>
- Syuderajat, F. (2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF Aeroasia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 9(2), 81-97.
- Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), 242-246. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/KAGANGA/article/view/4321>