

Pemanfaatan Akun Instagram @Kabupaten.Bogor Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Di Pemerintahan Kabupaten (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Mengenai Pemerintah Kabupaten Bogor Di Instagram)

Utilization Of The Instagram Account @Kabupaten.Bogor As A District Government Information And Communication Media (Qualitative Descriptive Study Of Content About Bogor Regency Government On Instagram)

Irna Nur Azizah¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rnanurazizah@student.telkomuniversity.ac.id

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, muhammadmufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan di era modern ini yang semuanya serba digital dengan hadirnya teknologi komunikasi dan informasi memberikan suasana baru bagi Lembaga Pemerintahan sebagai perlengkapan untuk menyebarkan informasi dan sebagai alat komunikasi. Humas Pemerintah Kabupaten Bogor menyebarkan informasi dan juga komunikasi dengan masyarakat melalui Instagram. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi di pemerintah kabupaten. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sehingga dapat menggambarkan suatu proses, situasi atau fenomena yang sedang terjadi. Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada teori aspek dan proses manajemen public relations oleh Dominick (2002) yaitu teori IPCE yang berasal dari singkatan *Information Gathering* (Pencarian Informasi), *Planning* (Perencanaan), *Communication* (Komunikasi), dan *Evaluations* (Evaluasi). Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi pemerintah kabupaten sudah dilakukan dengan cukup baik dengan dilakukannya penyesuaian isi pesan dan proses penyebaran informasi yang baik walaupun kurangnya komunikasi dua arah antara Humas Pemkab Bogor dan masyarakat.

Kata Kunci : humas, instagram, media sosial, pemerintah kabupaten, proses manajemen public relations

Abstract

Developments in this modern era which are all digital with the presence of communication and information technology provide a new atmosphere for Government Institutions as equipment for disseminating information and as a means of communication. Public Relations of the Bogor Regency Government disseminates information and also communicates with the public through Instagram. The purpose of this study is to find out how to use Instagram as a medium for disseminating information and communication in the district government. This study uses a descriptive qualitative method so that it can describe a process, situation or phenomenon that is currently happening. This research was conducted by referring to the theory of aspects and processes of public relations management by Dominick (2002), namely the IPCE theory which comes from the abbreviation Information Gathering (Information Search), Planning (Planning), Communication (Communication), and Evaluations (Evaluation). The conclusion obtained from this research is that the use of Instagram as a medium for disseminating information and communication by the district government has been carried out quite well by adjusting the content of the message and the process of disseminating good information despite the lack of two-way communication between the Bogor Regency Government Public Relations and the community.

Keywords: District Government, Instagram, Public Relations, , Public Relations Management Process, Social Media,

I. PENDAHULUAN

Perkembangan di era modern ini yang semuanya serba digital dengan hadirnya teknologi komunikasi dan informasi memberikan suasana baru bagi Lembaga Pemerintahan sebagai perlengkapan untuk menyebarkan informasi dan sebagai alat komunikasi. Penyebaran informasi yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi alat komunikasi oleh praktisi Humas Pemerintah melalui media sosial kini sudah banyak dilakukan dengan baik, salah

satunya oleh Humas Pemerintah Kabupaten Bogor dengan memanfaatkan media *Instagram* untuk menyebarkan informasi dan komunikasi. Penyebaran informasi yang dimuat di *Instagram* Pemerintah Kabupaten Bogor dari mulai postingan, *caption*, dan video di *reels* sudah sangat informatif dan juga kreatif sehingga memudahkan untuk dibaca dan dipahami isi dari konten dari @kabupaten.bogor. Alasan inilah peneliti jadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan meneliti bagaimana Humas Pemerintah Kabupaten Bogor memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi di Pemerintah Kabupaten Bogor agar bisa sampai pada telinga masyarakat.

Sebagai seorang berprofesi Humas dapat dianggap sukses ketika Humas berhasil menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan juga bisa membuat citra perusahaan, organisasi, dan Lembaga pemerintahan menjadi baik di mata publik. Hal ini bisa berhasil dengan bagaimana cara seorang Humas memakai strategi komunikasi komunikasi dengan baik dan tepat saat berhubungan dengan masyarakat. Akun *Instagram* @kabupaten.bogor pada acara Humas Jabar Award viral 2021, Pemkab Bogor meraih penghargaan terbaik III Pengelolaan Medsos Pemerintah Kabupaten Tingkat Jawa Barat. Selain itu Pemkab Bogor sebelumnya telah meraih penghargaan-penghargaan Terbaik III Anugerah Media Humas (AMH) 2021 kategori Siaran Pers (Media Online) Tingkat Nasional. Humas Pemerintah Kabupaten Bogor sudah menjadi jembatan dari Pemerintah Kabupaten Bogor (Internal) ke masyarakat kabupaten Bogor (Eksternal) yang bertujuan agar masyarakat kabupaten Bogor mengetahui informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan dan Humas Pemerintah Kabupaten Bogor harus benar-benar terbuka dalam informasi yang ada dan beritanya harus *up to date* dan factual (fakta). Humas Pemerintah Kabupaten Bogor mempublish berita atau informasi ke akun *Instagram* mereka @kabupaten.bogor dengan cepat dan informasi yang disampaikan pun sesuai data dan tidak menyebarkan informasi Hoax.

Menurut Karen (2013) bahwa memberikan informasi sesuai fakta dan data dengan cara berkomunikasi dengan terbuka dan transparan ke publik dapat meningkatkan integritas dan memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas itu semua harus dilakukan oleh seorang Humas pemerintah. Seorang Humas harus selalu membangun kesan yang baik dimata masyarakat karena hal tersebut menjadi bagian yang penting di setiap Lembaga khususnya Pemerintahan. Di era digital yang mudah mendapatkan informasi saat ini, tugas Humas dalam memperoleh kesan yang baik sangat diperlukan. Humas Pemerintah juga memiliki peran yang sangat banyak dan memperoleh bagian paling penting di pemerintahan karena dianggap sebagai penyambung pihak pemerintah dan masyarakat (Suprawoto, 2018). Jadi sudah seharusnya Humas Pemerintah Kabupaten Bogor memberikan berita atau informasi yang diperlukan bagi masyarakat daerah kabupaten Bogor. Karena hal itu, kemampuan pengelolaan atau mengunggah konten dan rencana komunikasi menjadi hal yang penting dalam penyebarluasan informasi melalui *Instagram*.

Dari penjelasan di atas, peneliti memilih menggunakan teori dari Dominick (2002:258) dalam buku *The Dynamics Of Mass Communication : Media In Digital Age* yang menjelaskan mengenai proses dan aspek manajemen IPCE (Information gathering, Planning, Communication, Evaluasi). Dari teori ini menjelaskan mengenai bagaimana cara kinerja PR dalam membuat suatu konten atau tugas-tugas ke-PRan di sebuah Organisasi, Perusahaan, dan Lembaga Pemerintahan.

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif dijelaskan oleh Mukhtar (2013:29) bahwa suatu penelitian yang dilakukan dalam mendapatkan sebuah fakta yang bisa menjadi sebuah ilmu pengetahuan secara penelitian ilmiah dengan berdasarkan pada pemikiran berlandaskan keilmuan, ketentuan dan dibantu oleh metodologi dan teoritis yang kuat. Untuk penelitian kali ini, peneliti menggunakan tiga teknik dalam mengumpulkan data penelitian, diantaranya yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Information gathering (pengumpulan informasi) dalam membuat konten informasi di akun Instagram @kabupaten.bogor

Pengumpulan informasi atau *information gathering* yaitu tahapan yang paling awal dan tahapan yang paling penting karena pada tahapan ini banyak yang harus dilakukan karena mencari informasi untuk dijadikan konten di akun Instagram @kabupaten.bogor. Pada Pengumpulan informasi dilakukan dengan beberapa tahap yaitu

seperti mengkaji kegiatan, menargetkan dan menilai publik, dan mencari referensi dengan cara diskusi tim. Seperti yang dilakukan oleh divisi komunikasi publik atau Humas Pemkab Bogor yang dalam pencarian informasi melakukan tahapan tersebut. Seperti tahapan mengkaji kegiatan, Humas Pemkab Bogor mengkaji kegiatan yang akan dibuatkan konten seperti bagaimana kegiatan atau agenda yang akan dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor. Hal ini dilakukan karena hampir kebanyakan isi konten di akun Instagram @kabupaten.bogor memberikan informasi mengenai kegiatan yang sedang dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati.

Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa Bupati dan Wakil Bupati melakukan tugasnya dengan baik dan juga mengayomi masyarakat karena mendengarkan aspirasi dari masyarakat kabupaten Bogor. Humas Pemkab Bogor bertugas untuk membuat citra yang baik untuk Bupati dan Wakil Bupati jadi Humas Pemkab Bogor selalu memberikan informasi mengenai kegiatan atau surat edaran yang di tulis oleh Bupati kepada masyarakat. Jadi dalam pencarian informasi Humas Pemkab Bogor menganalisis kegiatan Bupati dan Wakil Bupati dengan cara melihat agenda kegiatan beliau paling lambat 30 menit setelah diberitahukan jadwal kegiatan Bupati oleh Sekda kabupaten Bogor. Setelah melihat agenda kegiatan Humas Pemkab Bogor pun mempersiapkan hal-hal yang harus dipersiapkan untuk melakukan peliputan secara langsung. Hal inipun dijelaskan oleh Frazier dalam Suprawoto (2018:64) yang menjelaskan bahwa tugas Humas pemerintah berdasarkan dua tugas yang harus dipelajari. Pertama, masyarakat memiliki hak untuk mengetahui semua informasi, sebab itu Humas pemerintah memiliki kewajiban untuk menyampaikan penjelasan kepada masyarakat apa yang dilakukan dan juga tidak dilakukan. Kedua, ada suatu kebutuhan dari pemerintah untuk menerima pendapat dari masyarakat mengenai masalah baru dan masalah-masalah yang harus segera diselesaikan agar dapat mendapatkan perlindungan dari masyarakat dan kepercayaan mereka. Dengan cara selalu berkomunikasi dengan baik maka pemerintah akan mendapatkan reputasi dan citra yang baik.

Tahapan selanjutnya yaitu menargetkan dan menilai publik atau audiens. Pada tahapan ini Humas Pemkab Bogor menargetkan audiens dengan cara melihat *insight* akun @kabupaten.bogor, walaupun Humas Pemkab Bogor menargetkan semua kalangan dan usia tetapi pada hasil yang dilihat dari *insight* bahwa rata-rata umur yang *memfollow* atau yang melihat konten akun Instagram @kabupaten.bogor yaitu 25-34 tahun sebanyak 48,9% walaupun begitu yang *memfollow* akun Instagram @kabupaten.bogor mulai dari umur 18-54 tahun. Jika dilihat dari data tersebut bahwa usia dari masyarakat yaitu dari mulai remaja sampai orang tua, karena hal tersebutlah Humas Pemkab Bogor membuat konten atau memberikan informasi untuk semua masyarakat baik remaja maupun orang tua. Seperti yang dijelaskan oleh Humas Pemkab Bogor bahwa pada saat ini isi konten mengenai hiburan atau tempat wisata itu sedang banyak digemari oleh masyarakat muda dan untuk orang tua biasanya mereka menyukai informasi mengenai kenaikan harga pasar ataupun informasi tentang jalan rusak.

Tahapan selanjutnya yaitu melihat referensi atau melihat konten kreatif seperti apa yang sedang disukai oleh masyarakat sehingga Humas Pemkab Bogor akan membuat konten kreatif yang banyak digemari oleh masyarakat. Seperti pada saat ini masyarakat menyukai konten video kreatif yang menampilkan keindahan alam atau tempat wisata yang menarik yang ada di kabupaten Bogor, karena hal inilah Humas Pemkab Bogor akhirnya membuat jadwal untuk membuat konten tersebut pada hari Sabtu atau Minggu atau pada *weekend* karena untuk menjadi referensi masyarakat bila ingin mencari tempat wisata yang bagus di kabupaten Bogor. Humas Pemkab Bogor juga melakukan pencarian data atau melakukan sosial media *listening* untuk mencari informasi terkait mengenai tempat wisata yang lainnya.

Lalu tahapan selanjutnya mengkontak atau menghubungi pihak terkait seperti bila akan ada kunjungan Bupati ke salah satu desa maka pihak Humas Pemkab Bogor akan menghubungi kepala desa tersebut. Bila akan melakukan liputan mengenai kehebatan atau data kenaikan Covid-19 di wilayah kabupaten Bogor maka pihak Humas Pemkab Bogor menghubungi instansi terkait untuk meminta data atau menanyakan masalah informasi tersebut. Setelah semua tahapan dilakukan tahapan terakhir yaitu *memfilter* atau meriset kembali informasi yang sudah didapatkan apakah informasi ini akan di publish atau dirilis ke media sosial ataukah informasi tersebut harus di cari lebih dalam lagi agar isi informasi tersebut bisa di rilis ke akun Instagram @kabupaten.bogor.

B. Planning (Perencanaan) dalam membuat konten informasi di akun Instagram @kabupaten.bogor

Pada tahapan pertama mengenai perencanaan strategi yang mana Humas Pemkab Bogor selalu membuat rencana untuk kedepannya seperti sebulan yang akan datang atau tahun yang akan datang. Walaupun sudah membuat rencana untuk kedepannya tapi tetap Humas Pemkab Bogor melihat situasi yang ada atau melakukan media monitoring untuk membuat konten yang disukai oleh masyarakat dan tetap memberikan informasi yang informatif. Perencanaan taktik meliputi melakukan jobdesk tiap anggota divisi komunikasi publik, yang artinya tiap anggota divisi komunikasi publik sudah ada tugas-tugas tiap anggota yang sesuai dengan kemampuan mereka, seperti ada yang melakukan peliputan secara langsung ke lapangan, ada yang membuat konten, ada yang membuat atau mengedit konten video, ada yang buat rilis berita, dan menjadi admin untuk membalas atau melakukan social media monitoring. Lalu membuat konten yang sesuai seperti membuat konten dengan melakukan peliputan mengikuti jadwal dari Bupati dan Wakil Bupati, membuat konten klarifikasi mengenai adanya isu atau informasi hoax, membuat konten mengenai kenaikan bahan pokok, informasi mengenai vaksin dan angka kenaikan Covid-19 di kabupaten Bogor, tempat wisata, dan informasi tambahan dari instansi yang ingin menitipkan berita di akun @kabupaten.bogor. Untuk tahap membuat plan b biasanya dilakukan bila akan mengikuti jadwal kegiatan Bupati dan Wakil bupati, biasanya ada kendala mengenai daerah yang sulit untuk dijangkau atau gangguan sinyal atau bisa juga masalah mengenai kekurangan SDM jadi dibuatlah plan b agar pembuatan konten pada hari itu tetap berjalan dengan mencari lagi informasi atau daerah lain untuk dikunjungi.

Tahapan melakukan perijinan biasanya bila ingin mengunjungi suatu daerah seperti kunjungan desa ataupun kunjungan tempat wisata, jadi divisi komunikasi publik meminta ijin terlebih dahulu dengan menghubungi pihak terkait bila sudah mendapatkan ijin maka bisa membuat liputan atau konten. Dari perencanaan taktik ini divisi komunikasi publik membuat konten sehari bisa membuat 3-5 konten untuk dipublish ke Instagram @kabupaten.bogor. Menurut Mc. Leod dalam Susanto (2002) menjelaskan mengenai penjelasan dari informasi yang dijelaskan bahwa suatu informasi dapat dianggap informasi apabila memiliki ciri-ciri informasi yang akurat, tepat waktu, relevan, dan juga lengkap. Setelah mendapatkan isi konten yang sesuai maka tahapan selanjutnya yaitu membuat desain atau mengedit konten menjadi konten yang kreatif dan *eye catching* sehingga masyarakat menyukai konten tersebut dan mau membaca informasi atau pesan yang telah disampaikan didalam konten tersebut. Dalam pembuatan konten divisi komunikasi publik menggunakan aplikasi yang sesuai kemampuan mereka tetapi yang paling umum digunakan yaitu aplikasi *corel draw*, *photoshop*, *canva*, dan *filmora* untuk mengedit atau membuat konten video. Dalam pembuatan kontenpun walaupun tidak ada template khusus tetapi harus selalu menampilkan logo Diskominfo dan juga logo dari instansi terkait pemberitaan yang akan dipublikasikan.

Dalam strategi pendekatan ke masyarakat, Humas Pemkab Bogor mempunyai caranya sendiri yaitu dengan cara penggunaan sapaan seperti "hallo wargi" dimana kata wargi berasal dari Bahasa sunda yang artinya warga atau masyarakat. Penggunaan Bahasa sunda ini karena mayoritas masyarakat yang tinggal di daerah kabupaten Bogor menganut budaya sunda. Selain menggunakan kalimat sapaan, Humas Pemkab Bogor juga selalu menggunakan hashtag (#) khusus yaitu #kabupatenbogor #pancakarsa #bogormembangun #bogorcerdas #bogorsehat #bogormaju #bogorberkeadaban agar masyarakat menjadi tahu tentang program kerja dari Bupati dan Wakil Bupati yaitu pancakarsa.

C. Comunnication (mengkomunikasikan) informasi di dalam konten akun Instagram @kabupaten.bogor

Pada tahap ini dibuat beberapa keputusan yang mendasari pesan tersebut menggunakan bentuk media seperti apa. Para praktisi PR diharuskan untuk lebih memahami berbagai media dengan segala kelebihan dan kelemahannya. Media yang sering digunakan yaitu media massa, seperti *press release*, iklan komersial, film pendek, *press conference* dan wawancara pers. Selain menggunakan media massa, PR juga menggunakan media komunikasi antar persona dan media pendukung lainnya, seperti *house publication*, *brosure*, *bulletin*, poster, *website*, pidato, pertemuan publik, dan open house. Humas Pemkab Bogor melakukan media komunikasi seperti yang dijelaskan oleh Dominick, tetapi untuk penelitian ini peneliti memfokuskan media sosial Instagram sebagai media komunikasi Humas Pemkab Bogor. Menurut pemaparan oleh Philip Kotler dan Kevin Keller (2012) yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan tempat bagi pengguna untuk berbagi informasi berupa teks, gambar,

audio, dan video dengan pengguna lain begitupun sebaliknya. Pengertian Instagram menurut Azlina (2015) yang mendefinisikan Instagram yang didapatkan dari kata *insta* yang artinya instan, karena pengguna bisa mengambil gambar atau video dengan instan. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *telegram* dimana cara kerja telegram yaitu mengirimkan informasi ke orang lain dengan cepat. Hal ini sama dengan Instagram yang bisa mengupload foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga foto tersebut dapat tersebar dan diketahui oleh banyak orang dengan cepat.

Humas Pemkab Bogor memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk memberikan informasi dan komunikasi ke masyarakat kabupaten Bogor dengan cara memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Informasi yang sudah di sebar ke Instagram adalah informasi yang sudah di riset sebelumnya dan dicari data-datanya secara lengkap agar informasi tersebut informatif dan faktual. Informasi yang diberikanpun selalu informasi terkini atau baru yang mana karena hal inilah setiap hari Humas Pemkab Bogor selalu membuat konten di Instagram. Informasi yang dibagikanpun tidak hanya melalui foto di *feeds* Instagram tetapi memanfaatkan semua *tools* yang ada di Instagram seperti memanfaatkan fitur *instastory* untuk memberikan informasi tetapi fitur ini hanya menampilkan konten selama 24 jam/1 hari saja setelah lewat dari 24 jam informasi tersebut hilang. Di dalam fitur *instastory* ada berbagai macam fitur seperti bisa *merepost* postingan di akun lain yang menandai akun @kabupaten.bogor dan juga ada fitur stiker yang bisa mempercantik postingan di akun @kabupaten.bogor. Lalu ada fitur *highlight* dimana fitur ini untuk menyimpan konten *instastory*, jadi ketika konten di *instastory* ini hilang maka masyarakat bisa melihat konten tersebut di *highlight* yang ada di bawah deskripsi profil akun @kabupaten.bogor. Selain itu Humas Pemkab Bogor juga memanfaatkan fitur *reels* yang kegunaannya untuk membuat video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek, dan *tools* kreatif lainnya. Seperti aplikasi TikTok yang memiliki fitur FYP atau *for you page*, Instagram mengeluarkan fitur *reels* untuk melihat berbagi macam video singkat yang bagus dan kreatif. Humas Pemkab Bogor juga sudah sering menggunakan fitur ini karena fitur ini bisa membuat video yang kreatif dan masyarakat menyukai video konten tersebut terbukti dari reaksi masyarakat yang dilihat dari *insight* Instagram @kabupaten.bogor.

Tidak ada jadwal khusus untuk mengupload konten tetapi setiap hari harus selalu ada konten karena informasi harus di berikan ke masyarakat setiap harinya dan harus informasi terkini. Humas Pemkab Bogor juga melakukan komunikasi dua arah seperti menjawab komentar atau pertanyaan di suatu konten atau menjawab pesan yang dikirimkan langsung oleh masyarakat ke *direct message* @kabupaten.bogor. Selain menggunakan media sosial Instagram, Humas Pemkab Bogor juga menggunakan media lain dalam melakukan penyebaran Informasi seperti melalui website resmi kabupaten Bogor, melalui majalah Inovasi, melalui Radio, dan media sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan juga *Youtube*, dan juga menjalin kerja sama dengan media massa atau media online secara nasional. Dengan banyaknya media ini diharapkan informasi yang disampaikanpun akan bisa diterima oleh semua masyarakat Indonesia khususnya masyarakat kabupaten Bogor.

D. Evaluation (Evaluasi) dalam pembuatan konten di Instagram @kabupaten.bogor

Tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam program kehumasan harus melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan pencapaian tujuan yang ingin dituju. Hal yang mudah dilakukan dalam evaluasi yaitu dengan melihat banyaknya jumlah *press release* yang dimuat, jumlah berita yang disiarkan, dan banyaknya masyarakat yang membicarakan acara atau program tersebut. Jika dilihat dari tugas Humas Pemkab Bogor, bahwa mereka sudah melakukan tugas yang sesuai dengan tugas yang seharusnya dikerjakan dan juga hasil yang didapatkan dari kinerja mereka yaitu terbukti dari penghargaan yang Humas Pemkab Bogor dapatkan salah satunya yaitu mendapatkan penghargaan terbaik ketiga kategori Pengelolaan Media Sosial Pemerintah Daerah tingkat Jawa Barat di acara Humas Jabar *Award Viral 2021*. Menurut Rumanti (2005) salah satu tugas *Public Relations* yaitu memonitor, mengevaluasi dan merekam tanggapan serta opini publik dari masyarakat yang berkaitan dengan organisasi, lembaga dan perusahaan. Seorang *Public Relations* juga harus menjalankan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan masyarakat karena lingkungan masyarakat juga berpengaruh terhadap keberlangsungan organisasi atau perusahaan.

Dari penjelasan inilah Humas Pemkab Bogor melakukan evaluasi dengan cara melakukan media monitoring yang dapat dilihat di fitur *insight* Instagram. Bila konten yang mereka buat tidak banyak menyukai ataupun tidak

ada satupun yang berkomentar maka pada saat itupun langsung melakukan evaluasi oleh pemimpin apa yang salah dari konten yang mereka buat. Dari sini Humas Pemkab Bogor berusaha untuk selalu membuat konten sekreatif dan semenarik mungkin. Penjelasan mengapa Humas Pemkab Bogor harus selalu meningkatkan kualitas dalam pembuatan konten kreatif karena menurut Muhfid (2005) yang mendefinisikan bahwa Komunikasi adalah mengirimkan suatu informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan menggunakan simbol seperti kata, gambar dan grafik dengan ucapan dan tulisan. Jadi dengan konten yang menarik diharapkan informasi yang disampaikan akan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Selain melakukan evaluasi konten, evaluasi kinerja pun dilakukan seperti evaluasi yang berikan oleh pemimpin dengan memberikan evaluasi seperti jangan mengabaikan masyarakat yang berkomentar atau membalas pesan. Bila ada masyarakat yang mengkritik mengenai tulisan atau informasi maka harus langsung diperbaiki dengan menggunakan penulisan yang ukuran *fontnya* jangan terlalu kecil atau penggunaan kalimat yang mudah dimengerti dan jelas. Bila ada informasi yang masih ditanyakan oleh masyarakat maka Humas Pemkab Bogor harus langsung menjelaskan informasi tersebut sampai masyarakat paham atau mengerti. Hal ini pun bisa mempengaruhi citra yang baik menjadi buruk atau akan menurunkan *engagement* karena mengabaikan publik.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penjas di atas bahwa peneliti mendapatkan kesimpulan mengenai Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Di Pemerintahan Kabupaten Bogor sebagai berikut:

1. Pada tahapan proses pencarian informasi (information gathering) yang dilakukan oleh Humas Pemkab Bogor adalah dengan cara melakukan riset target audiens, riset materi konten walaupun konten yang akan selalu ada di Instagram mengenai kegiatan Bupati dan Wakil Bupati tetapi Humas Pemkab Bogor juga mencari atau meriset isi konten yang disukai oleh masyarakat selain kegiatan Bupati dan Wakil Bupati. Dalam pelaksanaannya, Humas Pemkab Bogor melihat tanggapan followers, menggunakan fitur yang ada di Instagram yaitu *insight* dan melihat komentar dari masyarakat. Dari tahapan inilah Humas Pemkab Bogor bisa membuat konten kreatif dengan isi konten yang informatif, faktual, dan *up to date*.
2. Pada tahapan proses perencanaan (planning) kegiatan membuat konten dilakukan oleh Humas Pemkab Bogor dengan melakukan penyusunan rancangan materi konten, membuat rancangan *plan*, penyusunan rancangan desain konten dan penyusunan rancangan strategi pendekatan kepada masyarakat. Dalam tahapan ini, Humas Pemkab Bogor akan mendapatkan hasil berupa konten yang akan di publish.
3. Pada tahapan proses komunikasi (communication) dalam pembuatan konten kreatif, Humas Pemkab Bogor melakukan penyebaran informasi dengan memanfaatkan fitur yang ada di Instagram seperti *instastory*, *reels*, *highlight* dan *video feeds* dengan mengunggah konten berdasarkan pertimbangan waktu pengunggahan konten, dan penggunaan media lain seperti majalah, radio, media online, media masa, dan media sosila lainnya. Humas Pemkab Bogor juga melakukan komunikasi dua arah seperti membalas komentar di konten yang diunggah atau bertanya di *direct messages @kabupaten.bogor* walaupun tidak intens.
4. Pada tahapan proses evaluasi (evaluation) yang dilakukan oleh Humas Pemkab Bogor dilakukan dengan memperhatikan melalui evaluasi kinerja anggota yang dilakukan oleh pemimpin divisi komunikasi publik dan evaluasi konten yang dilihat dari *insight* Instagram dan juga komentar masyarakat. Proses evaluasi dilakukan agar konsep konten kreatif di Instagram semakin bagus dan kinerja para anggota divisi komunikasi publik juga semakin baik lagi.

Dari poin tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan komunikasi di pemerintah kabupaten Bogor dilakukan dengan melakukan riset terlebih dahulu untuk mendapatkan konten yang bagus kemudian dibuatlah konten sekreatif dan semenarik mungkin dan menyebarkannya menggunakan media Instagram. Proses yang dilakukan oleh Humas Pemkab Bogor dengan melakukan pencarian informasi, perencanaan konten, mengkomunikasikan informasi serta evaluasi dari kegiatan sesuai dengan menggunakan aspek dan proses manajemen *Public Relations* menurut Dominick.

REFERENSI

- Azlina, A. 2015. *Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)*. e-Proceeding of Management. Bandung
- Dominick, Joseph R. 2002. *The Dynamics of Mass Communication : Media in the Digital Age*. Boston : McGraw-Hill
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America : Pearson
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Gramedia
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations : Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Susanto, Azhar. 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Linggar Jaya