

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DISEMINASI INFORMASI DI
MASA PANDEMI COVID-19 OLEH HUMAS KEMENTERIAN DALAM NEGERI
REPUBLIK INDONESIA**

Yoel Hamonangan Napitupulu
NPP. 29.0581

*Asdaf Kabupaten Lampung Utara Provinsi Lampung
Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan*

Email: napitupuluyoel@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): The author focuses on the problem of the lack of interesting information/content submitted by the Ministry of Home Affairs Public Relations on social media. **Purpose:** The purpose of this study was to analyze the management of social media as a means of disseminating information during the Covid-19 pandemic by the Public Relations of the Ministry of Home Affairs. **Method** This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques using observation techniques, interviews and documentation. **Result:** The findings obtained by the authors in this study are management starting from finding problem data in the field, determining data processing strategies, the publication process by paying attention to communication factors, and also the content evaluation process. This has been done well and there are also obstacles that need to be fixed in order to have a positive impact on the community on social media. **Conclusion:** The management of social media at the ministry's public relations has been going quite well but there are still some obstacles, especially in the human resources section, this is evidenced by the fact that there is still a lot of workload that is still being done by one person even though there is already a division of tasks. This is influenced by the lack of quality and quantity of public relations employees themselves in carrying out their work. It is recommended for the Ministry of Home Affairs Public Relations to be able to get employees with quality in their fields and be able to work professionally so that the Ministry of Home Affairs social media can be more attractive and also the Ministry of Home Affairs Public Relations is expected to continue to follow the times in the implementation of content creation so that it can attract public attention in a more positive direction. **Keywords:** Management; Social media; Ministry of Home Affairs Public Relations

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Penulis berfokus pada permasalahan tentang kurang menariknya informasi/konten yang disampaikan oleh Humas Kemendagri pada media sosial. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengelolaan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi di masa pandemi Covid-19 oleh Humas Kementerian Dalam Negeri. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini yaitu pengeloaan mulai dari mencari data masalah dilapangan,

menentukan strategi pengolahan data, proses publikasi dengan memperhatikan faktor-faktor berkomunikasi, dan juga proses evaluasi konten. Hal tersebut sudah dilakukan dengan baik dan ditemukan pula kendala yang perlu diperbaiki agar memiliki dampak positif bagi masyarakat di media sosial. **Kesimpulan** : Pengelolaan media sosial pada humas kementerian sudah berjalan cukup baik namun masih terdapat beberapa kendala terutama pada bagian sumber daya manusianya hal ini dibuktikan masih banyak penumpukan tugas yang masih dikerjakan oleh satu orang walaupun sudah ada pembagian tugas. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya kualitas dan kuantitas dari pegawai humas sendiri dalam melakukan pekerjaan. Disarankan bagi humas kementerian dalam negeri adalah untuk bisa mendapatkan pegawai dengan kualitas dibidangnya dan dapat bekerja dengan profesional agar media sosial kemendagri bias lebih menarik dan juga humas kemendagri diharapkan dapat terus mengikuti perkembangan zaman dalam implementasi pembuatan konten agar bias menarik perhatian masyarakat kearah yang lebih positif

Keywords: Pengelolaan ; Social media; Humas Kementerian Dalam Negeri

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sekarang ini tentu membuat dampak yang sangat signifikan dalam aktivitas sosial di masyarakat. Pengurangan pertemuan fisik mulai banyak dibatasi akibat pandemi Covid-19 ini. Media sosial menjadi wadah virtual dimasyarakat dalam bertukar informasi ataupun cerita pribadi. Humas kementerian dalam negeri sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah khususnya kemendagri sudah menggunakan media sosial sebagai wadah penyampaian informasi. Bersumber pada liputan terbaru *We Are Social*, terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020. Dalam ulasan ini juga diketahui bahwa rakyat Indonesia memiliki ponsel 338,2 juta, ada 160 juta pengguna aktif pada sosial media. Untuk itu kemudahan dalam penyebaran informasi ini dimanfaatkan humas Kemendagri dalam penyebaran informasi dimasa pandemi Covid-19. Media sosial yang digunakan Kementerian dalam negeri dalam penyebaran informasi yaitu *Instagram, facebook, youtube, twitter*. Media yang digunakan banyak karena memiliki fungsi dan manfaat masing masing, namun tujuannya tetap sama untuk penyebaran informasi.

Informasi yang disampaikan merupakan kegiatan pemerintah khususnya Kementerian Dalam Negeri.. Namun ditemukan kekurangan dalam penggunaan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi ini, dalam postingan yang diunggah masih banyak komentar negatif yang menyerang pemerintah, masih banyaknya juga masyarakat media sosial di Indonesia yang terpapar hoax, lalu jika dilihat antara jumlah *like* dan *comment* dengan jumlah followers dari Kemendagri itu terlihat sangat jauh signifikan. Hal ini yang mendorong peneliti untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang dilakukan humas Kemendagri ini.

Pengelolaan media sosial kemendagri ini diharapkan dapat membantu permasalahan yang dihadapi di media sosial, terutama dalam proses merangkul dan membina masyarakat dengan cara memberikan unggahan yang menarik dan beredukasi di masyarakat untuk itu pengelolaan media sosial perlu dilakukan dengan baik.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Pengguna media sosial dapat melakukan apapun yang ingin mereka sampaikan di media sosial, karena di media sosial mereka bias menggunakan *fake account*/ atau akun palsu yang tidak mengatasnamakan diri mereka. Orang-orang yang biasa menggunakan *fake account* ini menggunakan media sosial sebagai wadah penyampaian aspirasi yang cenderung negatif dan tidak sesuai konteks, komentar-komentar negatif yang memicu pertentangan apalagi menyinggung kinerja pemerintah.

Gambar Unggahan Instagram Kemendagri



Sumber : Instagram @Kemendagri,2022

bisa dilihat dari unggahan media sosial Instagram Kemendagri pada 19 Maret 2022 yang menyatakan tentang “Kemendagri berikan kemudahan bagi penyandang disabilitas dalam mengurus adminduk” terdapat komentar netizen atas nama @usman_sharomi_85 berkomentar “Maaf untuk e-KTP kenapa selalu kosong apakah tidak ada bahan atau barangnya impor? Atau jajaran pejabatnya tak serius untuk melayani masyarakat?” dari komentar di atas bisa disimpulkan bahwa netizen di media sosial sangat sensitif pada media sosial pemerintahan sehingga cenderung berkomentar menyerang.

Gambar Jumlah *Like* dan Komentar *Instagram* Kemendagri

Jumlah <i>Like</i> dan Komentar pada Unggahan <i>Instagram</i> Kemendagri 2 Bulan terakhir				
No	Tanggal Unggahan	Judul Berita	Jumlah <i>Like</i>	Jumlah Komentar
1	25/04/22	Hari Otonomi Daerah	380	11
2	24/04/22	PKK Pusat Gelar Pasar Murah	176	2
3	20/04/22	Hari Kartini	313	6
4	20/04/22	Penganugerahan adinata syariah	122	2
5	18/04/22	#GILAasSampah	184	5
6	17/04/22	Dorong Transformasi Digital	262	9
7	16/04/22	Kunjungan Kerja Ke Riau	257	1
8	15/04/22	Wafatnya Isa Almasih	240	3
9	13/04/22	Peringkat 1 Kinerja Anggaran 2021	645	15
10	13/04/22	Pelantikan Anggota KPU RI dan Bawaslu	1264	8
11	03/04/22	Dukung Program Presiden Jokowi	283	46
12	02/04/22	Ucapan Ibadah Puasa	440	14
13	01/04/22	Rakernas Camat	301	12
14	30/03/22	Pertumbuhan ekonomi melalui transformasi digital	130	5
15	28/03/22	Pemanfaatan Sumber daya desa	152	11
16	22/03/22	Optimalisasi aset daerah guna tingkatkan PAD	453	40
17	19/03/22	kemudahan disabilitas mengurus Admindak	307	24
18	18/03/22	Optimalisasi P4GN dan PN	135	26
19	15/03/22	Pemda NTT Kembangkan MPP	158	49
20	11/03/22	Ucapan Selamat Ulang Tahun Bpk. Ma'aruf Amin	1206	96
21	10/03/22	Laporkan SPT Tepat Waktu	399	55
22	09/03/22	Peringatan PKK	216	36
23	07/03/22	40% Anggaran barang/jasa untuk pelaku UMKM	947	226
24	03/03/22	SIM Linmas	264	177
25	03/03/22	Ulang Tahun SatpolPP dan Satlinmas	786	27
26	03/03/22	Hari Raya Nyepi	275	24
27	01/03/22	Ulang tahun Damkar	568	42
28	28/02/22	Isra Mi'raj	394	37
29	26/02/22	Sukseskan KTTG20	166	3
Rata-rata			393.90	34.90
Ket : Data diambil pada tanggal 26 April 2022				

Sumber : *Instagram* @Kemendagri, diolah oleh peneliti,2022

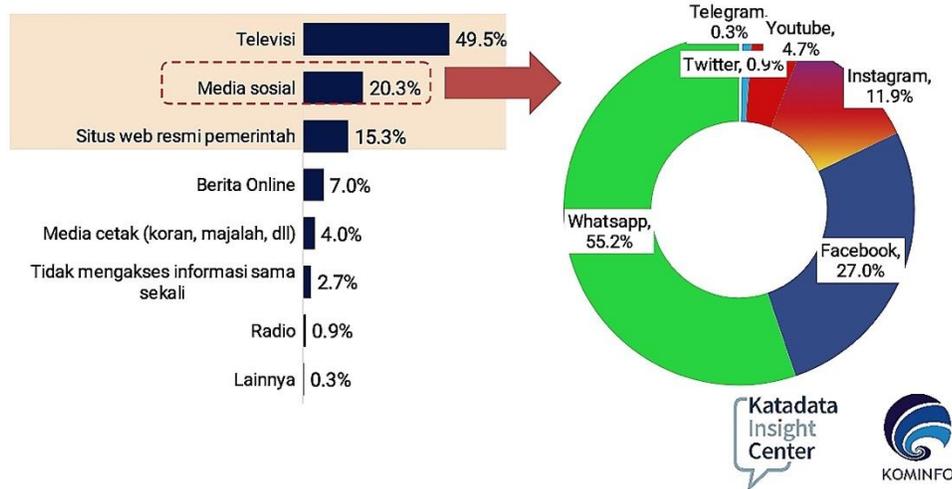
Unggahan media sosial kementerian dalam negeri juga terlihat kurang mendapat respon dari masyarakat dapat dilihat dari data yang diolah oleh peneliti pada 26 April tahun 2022, menyatakan bahwa unggahan dari tanggal 26 febuari 2022 hingga 25 april 2022 pada *Instagram* kemendagri berjumlah 29 unggahan berupa foto dan video. Dari semua unggahan tersebut diambil rata rata jumlah like dan komentar yaitu 393.9 likes dan 34.9 komentar per unggahannya. Hal ini terbilang sangat jauh perbandingannya dengan pengikut *Instagram* kemendagri yang berjumlah 298.000 pengikut dengan perbandingan hanya sekitar 0,13% respon masyarakat yang menyukai unggahan dan 0,011% untuk respon masyarakat yang berkomentar pada unggahan pada media sosial Kemendagri.

Masih banyaknya masyarakat Indonesia yang terpapar hoax juga dianggap menjadi salah satu kesenjangan di media sosial sekarang ini. Hoax membuat masyarakat menerima informasi yang salah dan cenderung membuat pertentangan yang terjadi. Berita berita di media sosial yang tidak mencantumkan sumber jelas namun memiliki konteks yang meyakinkan mudah sekali dipercaya masyarakat di media sosial.

Gambar Media yang paling dipercaya oleh masyarakat

“Sebutkan sumber media yang paling Anda percaya untuk mendapatkan informasi?”
[SA]
Basis: Seluruh responden

“Sebutkan media sosial yang paling Anda percaya? [SA]
Basis: Responden yang percaya pada medsos sebagai sumber informasi



Sumber : Katadata Insight Center dan Kominfo, 2020

Berdasarkan Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), Masyarakat cenderung lebih percaya pada media sosial dalam mencari informasi dibandingkan situs web resmi pemerintah karena kemudahannya. Dan media sosial yang paling cepat dan mudah dalam menyebarkan informasi ialah whatsapp dengan 55.2%, karena kemudahan dari penyebaran informasi melalui media sosial tersebut terdapat 60% rakyat negeri ini terpapar hoax ketika menggunakan internet. Masyarakat di media sosial mudah sekali dalam membagikan informasi yang menurut mereka penting namun tidak mencantumkan sumber jelas dan akibatnya menimbulkan perbincangan negatif di masyarakat. Berdasarkan peninjauan yang telah dilakukan oleh KIC menerangkan bahwa masyarakat yang berdiam di kawasan perkotaan dan di Jawa yang mempunyai saluran internet yang condong lebih terpapar pada hoax. Karena masyarakat di perkotaan selalu bermain hp lebih banyak dibandingkan orang-orang pedesaan karena akses internet yang lebih mudah. Akibat banyaknya masyarakat yang terkena dampak hoax ini, masyarakat media sosial tidak memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi dengan baik. Dan justru menjadi wadah mereka menyampaikan aspirasi ataupun komentar negatif dengan kata-kata kasar. Pemerintah khususnya Kementerian Dalam Negeri yang bertugas membina dan mengawasi jalannya pemerintahan daerah harus mampu mengelola media sosial sebagai wadah yang baik dalam penyampaian informasi.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks pengelolaan media sosial maupun sarana penyebaran informasi berbasis elektronik. Penelitian Mardhatillah Wardah Berjudul Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik Pada Bagian Humas dan Informasi

Pemerintah Kota Pekanbaru, menemukan bahwa Website yang digunakan humas kota pekanbaru masihlah baru dan tidak dipakai secara efektif untuk menyampaikan informasi publik. Pengelolaan website dilakukan untuk mengetahui hambatan dan tantangan apa saja yang ada dalam website tersebut untuk selanjutnya dapat ditingkatkan penggunaannya agar lebih baik. Penelitian Anisa Putri Pratiwi, Muhammad Sufyan Abdurrahman yang berjudul Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung Dalam Masa Pandemi Covid-19, dalam penelitian ini mengetahui tentang strategi pengelolaan media sosial pemerintah daerah di masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan teori pengelolaan media sosial oleh Paramitha (2011) untuk mengetahui apakah media sosial humas pemkot bandung sudah terkelola dengan baik sehingga pesan yang disampaikan bias diterima masyarakat dengan baik. Media sosial yang digunakan humas pemkot bandung yang paling aktif adalah *Instagram*, media sosial ini dinilai paling efisien karena dapat membagikan informasi berupa gambar ataupun video dengan editing yang mudah dan juga mudah diterima dimasyarakat. Humas pemkot Bandung juga menggunakan fitur-fitur yang terdapat dalam instagram, adapun jenis tulisan yang dibuat untuk masing-masing media konten dalam instagram Humas Pemkot Bandung yaitu, konten tulisan adalah seluruh konten, termasuk isi konten dan caption, lalu konten gambar adalah arahan desain visual, tulisan dalam gambar (jika ada), serta caption, selanjutnya konten video adalah storyboard, naskah, tulisan dalam video (jika ada), serta caption, dan yang terakhir *tag* dan *hashtag*. Terdapat beberapa perbedaan konten *weekday* dan *weekend* di media sosial Humas Pemkot Bandung. Pada saat *weekday*, 80-90% isi kontennya mengenai kegiatan pimpinan di tiap harinya, sedangkan untuk konten *weekend* di fokuskan sekitar 80% konten *hiburan edutainment*, informasi mengenai Covid-19 maupun repost-repost konten tertentu dari dinas lain yang terkait.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pengelolaan media sosial oleh humas kemendagri sebagai wadah penyampaian informasi di masa pandemi. Metode yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dan menggunakan teori manajemen kehumasan dari *Cutlip, Center, and Broom*. yaitu mencari data masalah dilapangan, menentukan strategi pengolahan data, proses publikasi dengan memperhatikan faktor-faktor berkomunikasi, dan juga proses evaluasi konten.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengelolaan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi di masa pandemi *Covid-19* oleh Humas Kementerian Dalam Negeri

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang sesuai dengan permasalahan yang ditemukan dilapangan. Metode kualitatif adalah proses penelitian untuk mendapatkan data deskriptif tertulis dan lisan dari orang-orang dan kebiasaan yang diamati. sama dengan yang disampaikan oleh Moh. Nazir bahwa tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk menyampaikan deskripsi gambaran fenomena yang diteliti. Sehubungan dengan itu peneliti menggunakan metode deskriptif untuk menyampaikan dan memberikan informasi mengenai pengelolaan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi di Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia disertai fakta fakta dan data yang saling berkaitan.

Penulis mengumpulkan data melalui teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi. Wawancara dilakukan kepada orang-orang yang dinilai memiliki pengetahuan lebih tentang konteks yang diangkat oleh penulis yaitu Kabag Humas Kemendagri, Kasubbid Media Sosial Kemendagri, dan juga staff pengelola media sosial kemendagri, tidak lupa pula penulis melakukan wawancara dengan masyarakat umum langsung yang mengikuti akun media sosial kemendagri untuk mengetahui pendapat mereka terhadap media sosial tersebut. Dokumentasi yang dilakukan penulis adalah untuk mendapatkan hasil gambar ataupun tulisan terkait di humas kemendagri yang dapat membantu penelitian ini dapat terlaksana. Observasi dilakukan peneliti bukan hanya secara langsung namun juga melalui media sosial observasi yang dilakukan di media sosial dengan cara mengamati media sosial yaitu pada bagian komentar, like, dan juga konten-konten yang diberikan di media sosial kemendagri.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis pengelolaan media sosial sebagai wadah penyampaian informasi pada humas Kemendagri ini menggunakan pendapat dari *Cutlip, Center, And Broom* tentang manajemen kehumasan yaitu mencari data masalah dilapangan, menentukan strategi pengolahan data, proses publikasi dengan memperhatikan faktor-faktor berkomunikasi, dan juga proses evaluasi konten. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

3.1. Mendefinisikan Masalah di Media Sosial / Mencari data awal permasalahan

Penulis melakukan wawancara dengan kepala Bagian Humas Kementerian Dalam Negeri yaitu bapak Aang Witarsa beliau menyebutkan bahwa

“Humas memiliki beberapa tujuan dalam prosesnya salah satunya yaitu mengelola media social, untuk itu dalam proses mencari sumber-sumber data dan kegiatan dilapangan haruslah dilakukan dengan liputan. Sudah dibagi tim-timnya dan penanggung jawabnya yaitu bapak Kapuspen sendiri”

Humas Kemendagri dalam melakukan dokumentasi kegiatan dilakukan secara tim, setiap tim memiliki tugas dan fungsinya masing-masing mulai dari fotografi sampai penulisan bukti kegiatan. Dokumentasi kegiatan biasanya dilakukan pada kegiatan-kegiatan tertentu yang sudah dilakukan pada perencanaan program kegiatan seperti dibawah ini

Gambar Perencanaan Program Kegiatan Humas Kemendagri



Kementerian Dalam Negeri
REPUBLIK INDONESIA

Perencanaan Program/Kegiatan & Anggaran

1. Press Conference	9. Langganan media
2. Press Release	10. Klipping, analisa media, analisa isi berita
3. Press Tour	11. Dokumentasi foto & audiovisual
4. Press Gathering	12. Publikasi melalui media massa
5. Resepsi Pers/Press Award	13. Lokakarya, diskusi, seminar dsb
6. Peliputan kegiatan	14. Pemuatan artikel
7. Wawancara	15. Pelibatan dalam Tim Krisis
8. Iklan/Advetorial	16. DII

Sumber : Pusat Penerangan Kemendagri, 2022

Perencanaan program kegiatan diatas dilakukan dalam mendapatkan data awal berupa dokumentasi dan catatan artikel untuk selanjutnya di lanjutkan pada tim editing

3.2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan pemrograman)

Penulis dalam mencari tau tentang perencanaan dan pemrograman melakukan wawancara dengan Kabid Humas Kemendagri Bapak Aang Witarsa, ia menyebutkan bahwa

“Berita kegiatan setiap komponen yang bersifat internal maupun eksternal bisa didokumentasikan untuk menjadi konten informasi di media sosial, namun dilihat dulu konteks dari kegiatan tersebut, apakah kegiatan tersebut bersifat rahasia atau tidak terlalu penting untuk di sebarakan di masyarakat maka kegiatan tersebut tidak perlu diliput, sebaliknya apabila kegiatan ataupun program unggulan dari komponen tersebut baik untuk di liput maka hasil liputan itu yang selanjutnya akan diolah dan diteruskan kepada tim editing dan diteruskan dulu ke grup pimpinan Pusat Penerangan sampai berita tersebut disetujui untuk diangkat di media sosial.”

Menurut hasil dokumentasi Hasil liputan dari kegiatan dan program unggulan yang telah dikumpulkan selanjutnya akan di buat konten berita dengan berbagai bentuk yaitu

- Artikel

Artikel adalah karya tulis yang ditulis secara lengkap berisi tentang pendapat, fakta, fenomena, dan data yang ditulis menggunakan bahasa ilmiah. Hasil kegiatan dan program unggulan yang ditulis menjadi artikel biasanya untuk dipublish di website. Namun artikel ini sangat diperlukan karena berisi informasi lengkap mengenai kegiatan atau program unggulan dari setiap komponen. Artikel biasanya disertai dengan foto dokumentasi setiap kegiatan secara lengkap mulai dari kapan dimana bagaimana kegiatan atau program unggulan tersebut dilakukan.

- Meme infografis media sosial

Humas Kementerian Dalam Negeri memilih meme infografis sebagai salah satu strategi dalam penyebaran informasi di media sosial. Karena pesan yang disampaikan dari humas Kemendagri ini biasanya informasi pemerintahan yang kurang menarik perhatian *netizen* untuk itu strategi ini dipilih.

- Video singkat

Humas Kemendagri memilih video singkat sebagai strategi penyebaran informasinya karena cocok di media sosial sekarang ini. Biasanya aplikasi media sosial untuk video singkat ini yaitu tiktok dan reels Instagram, tetapi untuk sekarang ini Humas Kemendagri hanya memiliki akun Instagram saja.

- Advertorial

.Advertorial digunakan Humas kemendagri di media sosial untuk membahas mengenai kegiatan yang dilakukan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri, dan juga program dan juga informasi penting ke masyarakat

3.3. Taking Action and Communicating (Mengambil tindakan dan berkomunikasi)

Mengambil tindakan dan berkomunikasi, adalah langkah selanjutnya setelah perencanaan strategi dibuat barulah di realisasikan. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara pula dengan staff pengelola media sosial yang melakukan publikasi beliau menyatakan

“Dalam proses publikasi konten yang sudah dibuat dan akan dibuat harus memperhatikan beberapa hal karena berita yang disebarkan pemerintahan sangat sensitive apabila menyinggung pihak tertentu apalagi sampai mengandung SARA.”

Dari Hasil Observasi yang dilakukan peneliti terhadap Media Sosial Kemendagri didapatkan sebagai berikut

- **Credibility** : Sudah kredibel karena media sosial Pemerintah resmi
- **Context** : Isi pesan sudah langsung karena merupakan hasil dokumentasi Humas Langsung
- **Content** : Arti dari informasi yang disampaikan jelas mulai dari dokumentasi dalam bentuk gambar maupun tulisan karena berita internal pasti lengkap
- **Clarity** : Pesan yang disampaikan kurang sederhana karena sering kali dalam bentuk tulisan yang terlalu banyak sulit untuk menarik perhatian netizen
- **Continuity dan Consistency** : Pertentangan dan perdebatan tidak ada dapat dilihat dari respon masyarakat yang justru tidak membahas isi konten
- **Capability** : Penjelasan yang diberikan lengkap

Setelah faktor faktor tersebut dipenuhi proses publikasi haruslah melalui alur birokrasi pula. Konten yang sudah jadi akan terlebih dahulu dikomunikasikan kepada pimpinan komponen dalam hal ini yaitu Kepala Pusat Penerangan Bapak Drs. Benni Irwan, M.Si, MA . setelah disetujui maka konten media sosial siap di publikasikan.

3.4. Evaluating the Program (Mengevaluasi program)

Kegiatan evaluasi ini juga dilakukan berdasarkan pendapat masyarakat tentang media sosial Kemendagri. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan salah satu mahasiswa bernama Nia Rahmadanty yang mengikuti akun media sosial Kemendagri bahwa

“Media sosial Kemendagri ini memang bagus kami sebagai anak muda menjadi lebih banyak mengetahui tentang instansi pemerintah dengan mudah melalui media sosial. Namun media sosial Kemendagri merupakan akun resmi jadi kebanyakan konten yang ada terlihat agak kaku karena berhubungan dengan pemerintah, padahal pengikut dari media sosial kemendagri seperti *Instagram* mencapai +-200.000 pengikut.”

Adapun juga wawancara yang dilakukan oleh mahasiswa laki-laki bernama Agus hendy yang juga mengikuti media sosial Kemendagri berkata bahwa

“Konten Media sosial Kemendagri sudah cukup mengikuti perkembangan zaman dengan template design yang menarik. Namun tetap saja kebanyakan anak muda kurang peduli terhadap

kegiatan pemerintah kecuali informasi yang disampaikan berkaitan langsung dengan masyarakat banyak.”

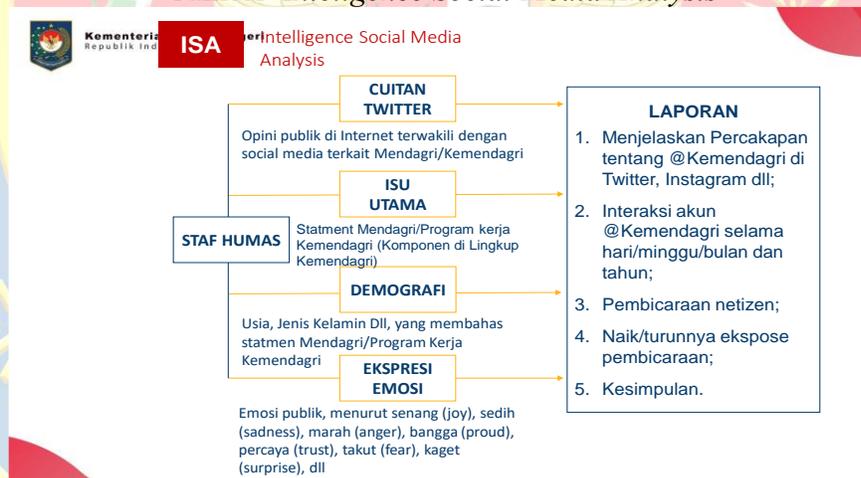
Evaluasi yang dilakukan humas kemendagri dilakukan secara berkala agar tujuan awal dari humas sendiri dapat terealisasi. Bentuk evaluasi juga salah satunya dilakukan dengan menggunakan software IMS agar mengetahui respon masyarakat terhadap konten media sosial yang telah di publikasikan. Evaluasi biasanya dilakukan setiap bulan seperti yang dikatakan salah satu staff humas kemendagri Susetya Nugroho S.STP dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti

“Evaluasi konten media sosial dilakukan setiap bulan yang dibahas dalam rapat koordinasi dengan Sekretaris Jendral Kementerian Dalam Negeri. Evaluasi yang dilakukan adalah untuk membahas keseluruhan kegiatan yang dilakukan pada Pusat Penerangan Kemendagri termasuk aktifitas media sosial Kemendagri.

Proses evaluasi di media sosial juga perlu dilakukan karena sikap dan tingkah laku masyarakat juga tercermin di media sosial. Humas Kemendagri dalam mengevaluasi permasalahan disini adalah dengan menggunakan Intelligence Social Media Analysis (ISA) yaitu *software* dari pihak ketiga. ISA melakukan analisis opini publik dari sumber social media untuk mendapatkan secara real time persepsi publik terhadap satu kejadian, tokoh, organisasi, kasus, issue, ataupun kebijakan.

Proses ini dilakukan oleh staf Kementerian Dalam Negeri setiap harinya. Hal-hal yang diperhatikan oleh staf humas adalah cuitan twitter/Instagram, isu utama, demografi dan ekspresi emosi seperti bagan dibawah ini

Gambar *Intelligence Social Media Analysis*



Sumber : Pusat Penerangan Kemendagri, 2022

Berita berita pers yang muncul seputar Kemendagri akan di kelompokkan menjadi berita negatif dan berita positif. Proses ini dilakukan untuk mengawasi hal-hal yang berdampak negative muncul menyerang instansi pemerintah namun juga trend positif dimasyarakat juga diperlukan agar bisa dilakukan pengembangan berkelanjutan. Rekap hasil data tadi akan diserahkan kepada pimpinan untuk menjadi bahan hasil tinjauan di masyarakat.

3.5. Hambatan Dan Tantangan dalam Pengelolaan Media Sosial Humas Kementerian Dalam Negeri

Media sosial di kemendagri adalah salah satu sarana penyebaran informasi yang pengelolaannya sudah baik, namun kenyataan dilapangan masih ada hambatan dan tantangan yang dihadapi humas kemendagri. Hambatan diantaranya. Dalam prosesnya sumber daya manusia lah yang menjadi masalah berulang yang terus terjadi sampai saat ini. Melihat lingkup liputan yang begitu penting seharusnya dikelola dengan SDM yang cukup memadai antara tugas dan jumlahnya

Data yang peneliti dapatkan saat meneliti di lapangan berupa bahan materi pengelolaan media sosial oleh Kabid Humas Kemendagri menjelaskan daftar staff humas beserta tugas fungsinya. Seperti pada gambar. Dilihat dari gambar bahwa setiap staff humas yang bertugas di komponen terdapat 4 anggota tetapi ada pula nama yang sama di komponen lain, yang artinya ada staff humas yang memiliki tugas lebih dari 1 komponen.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan staff pengelolaan media sosial yaitu Dwi Kurniawan MZ tentang proses pengelolaan media sosial dilapangan selama ini

“Dilapangan staff humas kemendagri dituntut bekerja serba bisa mulai dari dokumentasi kegiatan sampai menulis berita kegiatan sebagai laporan. Staff humas kemendagri keteteran karena biasanya kegiatan tersebut dilakukan oleh 1 orang. Jadinya ya, terkadang membuat kualitas berita terkadang tidak maksimal dan juga berita yang telat di up di media sosial”

Hal tersebut tentunya menjadi tantangan yang perlu dihadapi humas kemendagri dalam menjalani tugasnya. Terlebih lagi bahwa keahlian dari masing masing staff masih terbatas seperti editing tidak semua staff memiliki keahlian tersebut. Proses editing salah satu proses yang membutuhkan waktu yang banyak apalagi banyak bahan dan data yang harus diolah.

Tantangan di humas kemendagri salah satunya banyaknya komponen di Kementerian Dalam Negeri namun yang bertugas sebagai humas adalah staff dikomponen tersebut yang merangkap tugasnya. Sehingga dokumentasi dan liputan dari humas komponen tersebut kurang maksimal untuk kemudian diolah oleh bagian humas pusat penerangan kemendagri. Humas kemendagri sebenarnya lebih berfokus pada kegiatan secretariat jendral yang berhubungan dengan pimpinan yaitu Menteri Dalam Negeri dan jajarannya.

Konten media sosial yang diberikan oleh humas kemendagri sebenarnya sudah baik namun dinilai kurang inovatif dan kreatif seperti yang dikatakan kasubbid media sosial kemendagri bapak Aten

“Konten media sosial yang diberikan sebenarnya sudah baik namun terlihat masih kaku jika dibandingkan dengan humas dari lingkup kementerian lain yang sangat informatif dan menarik di masyarakat. Hal ini disebabkan karena konten media sosial di kemendagri menyangkut pejabat kementerian pusat maupun bentuk pembinaan pemerintahan daerah sebagai tugas dan fungsi dari kemendagri sendiri”

Konten media sosial kemendagri jika dilihat dari beberapa bulan terakhir memang sedikitnya berbicara tentang kegiatan dari bapak Menteri Dalam Negeri, seperti kunjungan kerja daerah dan juga instruksi tentang perkembangan *Covid-19* di Indonesia. Karena itu masyarakat kurang ada respon terhadap berita tersebut konten media sosial yang berbicara tentang pemerintah membuat masyarakat seperti tidak peduli. Beberapa konten media sosial tentang pemerintahan yang terlihat sepi terhadap respon netizen, seperti pada kolom komentar yang kosong menandakan kurang responnya masyarakat terhadap kegiatan pemerintahan. Peneliti juga berbincang kepada bapak Aten selaku Kasubbid media sosial terkait hal ini beliau menyampaikan bahwa

“Masyarakat cenderung lebih menyukai konten media sosial yang bersifat informatif bagi mereka. Untuk itu konten media sosial yang bersifat kegiatan kelembagaan tujuannya hanya sebagai dokumentasi kegiatan dan hanya memberitahu masyarakat saja, tidak ada target lebih jika konten yang

diberikan hanya dokumentasi kegiatan. Berbeda apabila humas kemendagri memberikan konten media sosial yang bersifat informatif namun yang terjadi seperti konten berhubungan dengan *Covid-19* yang harusnya konten tersebut penting tetapi tetap saja tujuan dari informasi tersebut lebih kepada pemerintah daerah dan masyarakat kurang paham karena biasanya konten yang disampaikan berisi tulisan-tulisan atau instruksi.”

3.6. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pengelolaan media sosial pada humas kemendagri sudah berjalan dengan baik dengan memberikan berita yang konsisten dan tidak pernah putus lebih dari seminggu. Namun dalam kenyataan dilapangannya masih banyak hambatan dan tantangan yang membuat pengelolaan media sosial tidak maksimal yaitu karena sumber daya manusia yang kurang dalam segi kualitas dan juga kuantitasnya. Dalam tahap pertama pengelolaan yaitu mendefinisikan masalah atau mencari temuan masalah dilapangan, peneliti mendapatkan bahwa humas kemendagri melakukan liputan langsung kelapangan pada saat kegiatan kegiatan berlangsung namun yang menjadi hambatan jika terjadi banyak kegiatan diseluruh lapisan komponen kemendagri tidak bias ditampung oleh humas yang jumlahnya hanya sedikit maka dilakukan rangkap jabatan dari staff masing masing komponen. Namun hal ini masih kurang efektif karena tidak semua staff yang merangkap dimasing masing komponen memiliki kemampuan yang diperlukan untuk menjadi seorang humas. Untuk tahap kedua yaitu perencanaan humas kemendagri melakukan pengolahan data dari liputan yang dilakukan dengan cara editing untuk dijadikan beberapa konten media sosial yaitu artikel, meme infografis, video singkat, dan juga advertorial. Pada saat pelaksanaan publikasi dilakukan dengan memberikan terlebih dahulu kepada pimpinan untuk itu harus memperhatikan beberapa faktor yaitu *Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity* dan *Consistency, Capability*. dalam proses evaluasi konten penulis juga melakukan wawancara dengan masyarakat dan staff pengelola media sosial, masyarakat cenderung mengatakan bahwa media sosial kemendagri kurang menarik bagi mereka sehingga respon mereka terhadap kontennyaupun terbilang kurang. jika dilihat dari segi staff pengelola media sosial beliau mengatakan, evaluasi konten dilakukan untuk mencari tahu perbincangan terkini di media sosial terhadap konten yang diberikan untuk selanjutnya bisa diberikan masukan agar lebih baik.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa Pengelolaan Media Sosial Humas Kemendagri sebagai sarana penyebaran informasi sudah berjalan dengan baik yaitu dengan menggunakan proses manajemen PR yang terdiri dari empat tahap yaitu *defining the problem, planning and programming, taking actions and communicating, dan evaluating*. Hal ini dilakukan agar mengetahui bagaimana proses pengelolaan media sosial Humas Kemendagri sebagai sarana penyebaran informasi di masa pandemi

Tahap *defining the problem*, Humas Kementerian Dalam Negeri dalam mencari data awal permasalahan disini adalah dengan mendapatkan setiap dokumentasi dari kegiatan yang menjadi tugas humas Kemendagri seperti kegiatan *press conference, press realese, press tour*.

Tahap perencanaan, sebelum proses publikasi Humas Kementerian Dalam Negeri mengelola data data menjadi konten media sosial berupa artikel, meme infografis, video singkat, dan advertorial.

Tahap *taking actions and communicating* dalam tahap ini Humas Kemendagri melakukan publikasi konten media sosial yang sudah direncanakan, namun sebelum proses publikasi harus memperhatikan faktor faktor berikut

- *Credibility*

- *Context*
- *Content*
- *Clarity*
- *Continuity dan Consistency*
- *Capability*

Tahap evaluasi, Humas Kemendagri melakukan tahap evaluasi guna memperhatikan hasil konten yang sudah dipublikasi agar tetap pada tujuan awal dan juga untuk mengetahui kekurangan dan kelebihanannya. Evaluasi pada konten media sosial dilakukan dengan menggunakan Intelligence Social Media Analysis (ISA) yaitu *software* dari pihak ketiga. ISA melakukan analisis opini publik dari sumber social media untuk mendapatkan secara real time persepsi publik terhadap satu kejadian, tokoh, organisasi, kasus, issue, ataupun kebijakan.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni masih butuh peningkatan pada bagian sumber daya manusianya hal ini dibuktikan bahwa staff humas kemendagri dalam pelaksanaan tugasnya masih menumpuk-numpuk dikerjakan oleh satu orang. Humas Kemendagri telah melakukan peningkatan dengan cara merekrut tenaga lepas sebagai pegawai pada humas kemendagri. Meskipun secara kuantitas masih kurang mencukupi, namun masih bisa di *back up* dengan membagi tugas. Dan juga kualitas sumber daya manusia di humas kemendagri perlu ada peningkatan dalam skill seperti editing

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*) : Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa pada media sosial Kementerian Dalam Negeri untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada seluruh jajaran Humas Kementerian Dalam Negeri untuk penulis dapat melakukan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiono, E. (2019, Juni 20). *Kemendagri Kembangkan Inovasi Pengelolaan Media Sosial*. (G. Andry, Penyunting, & E. Budiono, Produser) Diambil kembali dari infopublik.id: <https://infopublik.id/kategori/politik-hukum/354539/kemendagri-kembangkan-inovasi-pengelolaan-media-sosial#>
- Cutlip, Scott M, Allen H, Geln M. Broom. (2006). *Effective Public Relations. Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi, Media Public Relations , dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- McLuhan, Marshall. (1990). *Understanding Media: The Extention of Men*. London: Routlege..
- Mulyanto, A. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nova, Firsan . (2014). *PR WAR. .* Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sarvaes, Jan. (2008). *Communication for Development and Social Change*. Sage Publication. India: Pvt, Ltd.

Wardah, M. (2017). Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik Pada Bagian Humas Dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 1-15.

Hasanah, U. (2014). Keberadaan Kelompok Jamah Tabligh dan Reaksi Masyarakat: Perspektif Teori Penyebaran Informasi dan Pengaruh. *Jurnal Indo-Islamika*, Vol. 4, No. 1, hlm 21- 40.

B. Internet

Budiono, E. (2019, Juni 20). *Kemendagri Kembangkan Inovasi Pengelolaan Media Sosial*. (G. Andry, Penyunting, & E. Budiono, Produser) Diambil kembali dari infopublik.id: <https://infopublik.id/kategori/politik-hukum/354539/kemendagri-kembangkan-inovasi-pengelolaan-media-sosial#>

Zudan Arif Fakrulloh (2022, Maret 19). *Kemendagri berikan Kemudahan Bagi Penyandang Disabilitas Dalam Mengurus Adminduk*. Instagram Kemendagri <https://www.instagram.com/p/CbSe0qKPqzK/>

Katadata Insight Center (2020, November 20) *Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Medsos Ketimbang Situs Pemerintah* (Fahmi Ahmad Burhan) Diambil dari : <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fb7b04fa5eb9/survei-kic-masyarakat-lebih-percaya-medsos-ketimbang-situs-pemerintah>

Hootsuite (2020) *Data Tren Internet dan Media Sosial 2020 di Indonesia menurut Hoot suite* (Andi Dwi Riyanto) Diambil dari Digital Marketing, Pendahuluan - Bisnis Era Digital <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>