

# **PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *FACEBOOK* KABUPATEN KAPUAS KALIMANTAN TENGAH**

Saprudin  
NPP. 30.0937  
Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah  
*Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan*

Email : [sprdhndsme@gmail.com](mailto:sprdhndsme@gmail.com)

## **ABSTRACT**

**Problems/Background (GAP):** The author focuses on a series of activities that can analyze and describe the way the Department of Culture, Youth and Sports promotes the potential and attractiveness of the Kapuas River Waterfront City tourism. **Purpose:** so that researchers can analyze and describe how Disbudpora promotes potential tourist attractions, one of which is the waterfront city of the Kapuas Murung river in terms of context, communication, collaboration, and connection components. **Methodology:** This study uses qualitative methods and is analyzed with the theory of effective communication as a means of promotion according to Chris Heuer's 4C Theory (2010). Techniques to collect data by observation, interviews and documentation with data analysis according to triangulation of methods and data sources. **Results/ Findings:** The results of the study show that Instagram and Facebook Social Media Management in Kapuas District, Central Kalimantan can be said to have fulfilled the research elements according to Chris Heuer's 4C Theory (2010). However, there are still unexpected findings in the field, such as unclear status, unformed tourism structure and lack of budget for development. **Conclusion:** The implementation of Social Media Management is going well and there are a number of things that need to be improved and corrected.. **Keywords :** *Waterfront City Tourism Area, Information and Social Media*

## **ABSTRAK**

**Permasalahan/ Latar Belakang (GAP) :** Penulis berfokus pada serangkaian kegiatan yang dapat menganalisis dan menggambarkan cara Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan potensi dan daya tarik pariwisata *Waterfront City* Sungai Kapuas. **Tujuan :** agar peneliti dapat menganalisis dan menggambarkan bagaimana Disbudpora dalam mempromosikan potensi daya tarik wisata salah satunya *waterfront city* sungai Kapuas Murung dalam aspek Komponen *context, communication, collaboration, dan connection*. **Metodologi :** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dianalisis dengan teori Komunikasi yang efektif sebagai sarana promosi menurut Teori 4C Chris Heuer (2010). Teknik mengumpulkan data dengan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi dengan analisis data menurut Triangulasi Metode dan Sumber Data. **Hasil/ Temuan :** Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Facebook Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah dapat dikatakan sudah memenuhi unsur penelitian menurut Teori 4C Chris Heuer (2010). Namun, masih ada temuan yang tak terduga di lapangan, seperti Status yang masih belum jelas, struktur pariwisata yang belum terbentuk dan kekurangan anggaran untuk pengembangan. **Kesimpulan :** Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial berjalan dengan cukup dan ada beberapa hal yang harus ditingkatkan serta diperbaiki.

**Kata Kunci :** *Kawasan Wisata Waterfront City, Informasi, dan Media sosial*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media sosial tidak lagi menjadi media statis, yang memberikan informasi satu arah, namun juga dua arah karena ada interaksi antar pengguna di dalamnya. Seiring semakin berkembangnya penggunaan internet di seluruh dunia, maka arus pertukaran informasi dapat terjadi dalam hitungan yang sangat cepat bahkan dapat dikatakan dalam hitungan detik, kita sudah bisa bertukar informasi dari dalam atau luar Negara, mulai dari informasi dari bidang politik, hiburan bahkan informasi mengenai tempat- tempat liburan atau pariwisata. Dengan penggunaan media sosial yang menyediakan banyak manfaat dan keuntungan dalam mempromosikan potensi wisata di Indonesia, dan bermanfaat dengan mudah dapat menyebarkan informasi perjalanan, serta dapat menarik perhatian masyarakat. Kabupaten Kapuas merupakan salah satu kawasan wilayah daerah yang strategis, karena berada pada kawasan tepi sungai, pada simpang tiga yaitu pada sungai Kapuas Murung. Kabupaten Kapuas terdapat banyak beberapa pariwisata seperti wisata air terjun, wisata pulau, dan lain sebagainya, termasuk wisata *waterfront city* Kapuas (Disbudpora Kapuas, 2019). *Waterfront City* merupakan suatu kawasan wisata yang terletak berbatasan dengan air dan menghadap ke laut, sungai, danau dan sejenisnya (Firmansyah, 2014). Kawasan sempadan sungai yang berorientasi ke badan perairan dan membentuk karakter koridor sungai, memiliki ciri bangunan atau bagian muka bangunan yang menghadap ke sungai dan kawasan *waterfront* telah ditetapkan sebagai satu kesatuan penataan yang terdiri dari beberapa pusat-pusat kegiatan seni dan budaya yang bervariasi tentunya dengan lokasi yang menyebar di sepanjang Sungai Kapuas dan terletak di daerah Kabupaten Kapuas maka terbentuklah sebuah wisata *waterfront city* Kapuas (Dimas Utomo, 2020). *existing waterfront city* adalah kawasan tepian sungai Kapuas Murung yang terdiri dari beberapa tempat yaitu jembatan pulau petak, kawasan hutan mangrove, betang sei pasah, pemukiman penduduk, kawasan pasar dan dermaga, serta cafe terapung *guest house* adalah kawasan yang menjadi salah satu kawasan strategis objek wisata yang berada di Kabupaten Kapuas yaitu wisata *waterfront city* sungai Kapuas Murung. Wisata *waterfront city* Kapuas yang merupakan salah satu destinasi wisata buatan unik dan mengagumkan yang terletak di kota Kapuas, lebih tepatnya berada di kawasan daerah tepian sungai Kapuas Murung dan Kota Kapuas sendiri termasuk salah satu kota yang dialiri oleh sungai Kapuas yang mana sungai Kapuas memiliki nilai dan fungsi strategis yang sangat penting bagi masyarakatnya serta mempunyai peran yang sangat besar terutama dalam mengembangkan wisata *waterfront city* Kapuas (Dimas Utomo, 2020).

### **1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP)**

Permasalahan yang ditemukan berkaitan dengan Informasi tentang pariwisata Kabupaten Kapuas khususnya wisata *waterfront city* Kapuas masih belum memberikan informasi yang maksimal, seperti informasi peta wisata online, rute menuju tempat wisata, transportasi menuju tempat wisata dan profil pariwisata yang berada di Kabupaten Kapuas dikarenakan adanya beberapa faktor penghambat dalam menemukan informasi seperti kurangnya media sosial yang terbatas dan informasi yang diberikan terhadap promosi kawasan wisata masih kurang, maka peneliti bertujuan untuk mengelola media sosial dalam memberikan informasi pariwisata yang ada yaitu mengembangkan atau mempromosikan potensi daya tarik wisata Kapuas seperti wisata *waterfront city* Kapuas.

### 1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Kota Bandung menggunakan *GOOGLE MAPS API* dan PHP Oleh Suharjano Utomo dan Mochammad Alvi Hamdani, Bandung 2021. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi pariwisata melalui SIG kota Bandung dengan penggunaan Google Maps yang dapat diterapkan di kota Bandung dan penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis mempunyai tujuan yang sama yaitu sistem informasi sebagai alat dalam memberikan informasi pariwisata. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu menggunakan metode penyelesaian yang berbeda, penelitian ini menggunakan sistem informasi geografis dalam pariwisata seperti *GOOGLE MAPS API* dan PHP sedangkan penelitian penulis menggunakan media sosial dalam memberikan informasi kawasan wisata. Dengan adanya perbedaan ini menjadi perbandingan media informasi dan komunikasi yang cocok dalam memberikan informasi kawasan wisata yang lebih efektif. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Promosi Pariwisata Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang Oleh Ragil Saputra, Marwini, dan Ngatno, Semarang 2019. Tujuan penelitian ini memanfaatkan teknologi informasi khususnya media sosial dalam mempromosikan kawasan wisata di Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang dalam bentuk pemetaan potensi wisata dan pelatihan teknologi informasi menjadi efisien dan penelitian tersebut menggunakan metode promosi dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis mempunyai tujuan yang sama, memanfaatkan teknologi informasi dalam mempromosikan kawasan wisata dan tahapan-tahapan penelitian ini bisa menjadi referensi dalam membantu penulisan peneliti. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis sebagai pembanding dalam penulisan. Penelitian ketiga dilakukan Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman oleh Dwi Fitriani, Sleman 2019. Tujuan penelitian pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dan mendeskripsikan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dan penelitian tersebut penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis mempunyai topik yang sama yaitu memanfaatkan media sosial sebagai media promosi potensi wisata sebagai alat dalam mengembangkan dan penginformasian kawasan wisata. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sebagai pembanding dengan hasil penelitian. Dengan adanya perbedaan ini menjadikan penyelesaian yang lebih efektif untuk penelitian penulis. Pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi PT Patra Bangun Properti Oleh Muhammad Rafi, Hanny Hafiar dan Heru Ryanto Bandung, 2020. Tujuan penelitian ini mengetahui riset dan diagnosis yang dilakukan dalam pengelolaan media sosial oleh PT Patra Bangun Properti dan mengetahui penetapan objektif dalam pengelolaan media sosial instagram PT Patra Bangun Properti dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis mempunyai topik yang sama yaitu pengelolaan media sosial sebagai media promosi dalam penjualan perbedaannya dari segi pembahasan dimana peneliti mempromosikan kawasan wisata dan jurnal tersebut membahas mengenai produk properti yang dipromosikan, penelitian ini membantu peneliti dalam menyelesaikan kasus rumusan masalah. Pengelolaan media sosial untuk mendukung aktivitas humas pemerintahan Kota Surakarta Oleh Trias Yulvia, Hery Sawiji & Patni Ninghardjanti Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2020. Tujuan penelitian ini pengelolaan media sosial yang dilakukan yaitu perencanaan, penentuan kegiatan pengelolaan media sosial, penentuan strategi pengelolaan media sosial, pelaksanaan media sosial dan evaluasi pengelolaan media sosial. dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun Persamaan pada

penelitian mempunyai topik yang sama yaitu pengelolaan media sosial sebagai alat dalam membantu humas dalam aktivitas pemerintah Kota Surakarta. Perbedaan dari segi pembahasan dimana peneliti mempromosikan kawasan wisata dan jurnal tersebut membahas aktivitas humas melalui media sosial untuk membangun Kota Surakarta, penelitian ini membantu peneliti dalam menyelesaikan kasus rumusan masalah.

#### **1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Peneliti melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu peneliti menemukan adanya persamaan dan perbedaan yaitu dimana penelitian mengenai konsep, lokasi penelitian, ruang lingkup dan fokus penelitian. Selain itu peneliti menggunakan teori 4C Chris Heuer (2010) yang menyatakan bahwa Penyebaran informasi publik yang dilakukan melalui metode media sosial yang digunakan oleh pemerintah seiring berkembangnya teknologi. Semakin banyak pengguna internet melandasi terjadinya kegiatan yang lebih aktif dalam dunia maya khususnya media social sehingga memunculkan beberapa Dimensi yakni, *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*

#### **1.5 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan bagaimana Disbudpora dalam mempromosikan potensi daya tarik wisata salah satunya *waterfront city* sungai Kapuas Murung dalam aspek *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

### **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dianalisis dengan teori 4C Chris Heuer (2010). Teknik mengumpulkan data dengan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi dengan analisis data menurut Konsep Triangulasi data. Penulis menggunakan sumber data primer berupa wawancara dengan narasumber dan observasi sedangkan data sekunder berupa data pendukung seperti sumber literatur atau dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Penentuan narasumber ditentukan dengan teknik purposive sampling dan snowball sampling, artinya informan yang dipilih dengan cermat dan dinamis sehingga relevan dengan desain penelitian, dan informan yang dipilih terdapat wakil-wakil dari lapisan populasi sehingga informan memiliki esensial dianggap cukup mewakili.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti menggunakan teori 4C Chris Heuer (2010) yang menyatakan bahwa model penyebaran informasi ini merupakan pendekatan secara Informasi Publik melalui metode media social yang melandasi terjadinya kegiatan yang aktif di media social dengan 4 Dimensi yakni *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

#### **3.1 PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *FACEBOOK* KABUPATEN KAPUAS KALIMANTAN TENGAH**

##### **a. *Context***

Kemenarikan informasi merupakan kemampuan memberikan pesan atau informasi secara menarik, agar pesan bisa dinikmati oleh banyak orang. Penggunaan media sosial dalam

memberikan suatu informasi bukan hanya sekedar deskripsi, akan tetapi juga menggunakan foto atau video yang menarik agar banyaknya pengguna media sosial yang menyukai informasi tersebut. Kelengkapan informasi merupakan sebuah informasi yang jelas dan detail dari segala jenis dan bentuk data informasi khususnya kelengkapan informasi dalam media sosial pariwisata Kapuas. Keinformatifan informasi yaitu sebuah informasi yang diberikan kepada masyarakat pengguna sosmed dan bagi yang melihat ataupun yang membaca informasi tersebut puas, suka dan tertarik sehingga informasi tersebut tersebar luas atau disebarluaskan kepada pengguna lainnya atau kepada banyak orang, karena informasi yang diberikan dirasa positif, menarik, baik dan bisa dibagikan atau disebarluaskan secara publik.

Berdasarkan hasil Observasi, ketertarikan atau kemenarikan informasi khususnya untuk informasi pariwisata di Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah nyatanya untuk informasinya atau pemberian informasinya sudah cukup banyak dan menarik bahkan beragam, bervariasi. Untuk informasi yang diberikan sudah jelas sesuai dengan fakta di lingkungan, hanya saja mengenai kelengkapan data masih tergantung suatu faktor seperti faktor alam dan faktor lainnya di lapangan. Kepariwisataan sebagai informan, dikatakan bahwa keinformatifan informasi sudah cukup informatif

#### b. *Communication*

*Communication* atau komunikasi merupakan suatu hal yang menjadi keharusan dalam adanya media sosial pariwisata Kapuas agar komunikasi pengelola media sosial bisa tersampaikan kepada masyarakat pengguna media sosial. Unggahan mudah dimengerti adalah unggahan yang membuat para pengikut (*followers*) mengerti dengan segala informasi yang diberikan atau dibagikan oleh akun media sosial pariwisata Kapuas melalui tulisan atau deskripsi agar para pembaca bisa mudah memahami unggahan-unggahan yang telah diunggah oleh akun sosmed Pariwisata Kapuas. Bagi Disbudpora Kabupaten Kapuas media sosial adalah tempat paling efektif dalam penyebaran informasi terhadap masyarakat Kapuas dan sekitarnya, salah satunya dengan potensi daya tarik wisata *waterfront city* sungai Kapuas Murung yang memiliki banyak kegiatan beraneka ragam kebudayaan yang dilaksanakan di kawasan *waterfront city* Kapuas tersebut. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Disbudpora Kabupaten Kapuas untuk mengunggah atau memberikan dan membagikan unggahan-unggahan yang bermanfaat kepada masyarakat, dimana dalam membagikan unggahan atau menyebarkan informasi yang baik dan bermanfaat bisa berdampak positif untuk masyarakat maupun Disbudpora Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Unggahan dapat merespon yang berarti unggahan yang bisa diterima baik kritik maupun saran terhadap unggahan informasi yang diberikan oleh akun sosmed pariwisata Kapuas

Berdasarkan hasil dari observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti membuktikan bahwa memang unggahan informasi pariwisata mudah dimengerti dan dipahami karena dalam setiap unggahannya memiliki deskripsi atau penjelasan detail untuk membantu menjelaskan tentang informasi atau kegiatan yang diunggah. Selain itu, akun sosmed pariwisata juga selalu mengunggah informasi-informasi terbaru yang selalu berbeda-beda dan bervariasi. Isi dari unggahan yang telah dibuat memang memiliki banyak manfaat dan untuk hasil observasi maupun dokumentasi yang dilakukan juga hasilnya menunjukkan bahwa informasi yang telah diunggah dan dibagikan kepada masyarakat secara publik memang sangat bermanfaat baik bagi masyarakat maupun Disbudpora khususnya informasi segala macam kegiatan kebudayaan atau wisata budaya yang selalu dilakukan dalam kawasan *waterfront city* sungai Kapuas Murung, Kalimantan Tengah. Respon dari masyarakat dan pengguna sosmed untuk unggahan informasi pariwisata memiliki respon yang bagus dan positif walaupun ada

sedikit kritik maupun saran yang diberikan untuk unggahan-unggahan tersebut, akan tetapi masih tetap mendukung segala informasi yang diberikan atau disajikan pada akun media sosial Pariwisata Kapuas tersebut.

c. *Collaboration*

*Collaboration* atau kolaborasi adalah bentuk hubungan yang dilakukan antar individu ataupun organisasi untuk saling berbagi dan berpartisipasi dalam sebuah informasi, tujuannya agar media sosial pariwisata Kapuas berhubungan baik dengan pengguna media sosial lainnya membuat saling mendukung dalam memberikan informasi yang diberikan pariwisata Kapuas dapat dibagikan dan dinikmati banyak orang. Pemberian referensi kepada pengguna lain adalah dengan memberikan unggahan informasi dengan membagikan kepada para pengguna lainnya atau kepada masyarakat lainnya dengan kata lain, saling mengajak untuk membagikan atau *share* ke pada masyarakat ataupun kepada pengguna pengikut lainnya, serta dapat memberi tahu informasi secara langsung tatap muka kepada teman-teman lainnya mengenai wisata *waterfront city* sungai Kapuas Murung

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan sudah banyak yang membantu akun sosmed Pariwisata Kapuas tersebut dalam memberikan referensi kepada pengguna lain, seperti merepost unggahan informasi yang disajikan.

d. *Connection*

*Connection* atau koneksi adalah bentuk hubungan antara satu dan lainnya dalam bentuk jaringan atau sebagainya yang komunikasinya dilakukan secara terus menerus. Hubungan yang baik antara akun media sosial dengan pengikutnya merupakan hubungan yang saling saling terjaga baik serta dapat menguntungkan kedua belah pihak baik dari pihak Disbudpora maupun pihak masyarakat. Hubungan yang dibangun memiliki kenyamanan yaitu suatu hubungan yang mudah diakses dalam menggunakan atau melihat informasi yang disajikan atau nyaman digunakan

Berdasarkan hasil observasi peneliti adanya hubungan menguntungkan antara pihak Disbudpora dan masyarakat atau para pengguna sosmed. nyaman dalam mengakses media sosial pada akun pariwisata, sehingga hal itu membuat hubungan yang nyaman pula dengan pengguna sosmed lainnya atau kepada para masyarakat maupun kepada pengguna media digital yang juga didukung oleh hasil observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan peneliti dimana akun tersebut telah membangun rasa kenyamanan, dengan kemudahan mengakses akun tersebut.

### **3.2 Faktor Penghambat potensi daya tarik wisata *waterfront city* sungai Kapuas Murung menjadi objek wisata di Kabupaten Kapuas**

Permasalahan yang ditemukan peneliti diantaranya Kurangnya Kawasan *waterfront city* tersebut merupakan sebuah aset terbesar bagi pariwisata Kapuas, hanya saja untuk statusnya belum *clean & clear* dimana aset ini merupakan milik pemerintahan daerah sehingga pengembangannya agak sulit untuk mengembangkan kawasan wisata. Faktor yang selanjutnya yakni Belum membuat dan menyusun perda pariwisata baik untuk hukum, pengembangan, dan pembangunan pariwisata termasuk distribusi termasuk pajak. Terhalang karena kekurangan anggaran dana dimana anggarannya belum cukup untuk membangun dan mengembangkan

kawasan wisata *waterfront city* Kapuas yang lebih bagus, sehingga dikarenakan hal itulah yang membuat kawasan pariwisata *waterfront city* kurang diminati masyarakat

### **3.3 Langkah Strategis yang dilakukan Disbudpora dalam menjadikan kawasan *waterfront city* sungai Kapuas Murung menjadi objek wisata di Kabupaten Kapuas**

Hasil dari analisis dan wawancara penulis menemukan bahwa solusi yang diterapkan kawasan wisata khususnya wisata *waterfront city* Kabupaten Kapuas maka memperoleh hasil yang menyatakan bahwa Disbudpora sudah melakukan segala upaya cara untuk membuat pariwisata *waterfront city* Kabupaten Kapuas tetap terlihat menarik dan diminati oleh masyarakat baik dari luar maupun dari dalam daerah, untuk lebih banyak dikunjungi oleh para wisatawan seperti yang dikatakan oleh beberapa informan dalam hasil wawancara tersebut baik dengan Kepala Dinas, Kepala Bidang, Kasi Pariwisata Disbudpora dan informan-informan lainnya. Berusaha mengupayakan untuk membuat kawasan wisata *waterfront city* tetap diminati masyarakat dengan keadaan apa adanya atau dengan anggaran dana yang secukupnya seperti berikut beberapa upaya yang dilakukan oleh Disbudpora dengan menggunakan dana anggaran dari berbagai jenis dana, mengusahakan pembuatan perda dan memberikan informasi berbagai arah.

### **3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian**

Sebagai upaya dalam diskusi temuan utama dalam rangka Pengelolaan Sosial Media oleh Disbudpora diharapkan mampu untuk :

1. Hendaknya pemerintah memberikan penambahan anggaran untuk pembangunan dan pengembangan wisata khususnya wisata *waterfront city* di Kabupaten Kapuas.
2. Pemerintah juga harus memperhatikan perkembangan teknologi mengingat sekarang apapun bisa dilakukan secara digital, dengan adanya keterbatasan fasilitas yang ada, sudah seharusnya pemerintah sadar untuk meningkatkan fasilitas, sarana dan prasarana yang mendukung terkait pembangunan dan pengembangan pariwisata khususnya daerah Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah
3. Pemerintah membantu dan mempermudah untuk membuat *website* khusus atau *website* tersendiri untuk *website* pariwisata agar masyarakat beserta Disbudpora bisa mengakses apapun di *website* khusus tersebut.

## **IV. KESIMPULAN**

Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kapuas Kalimantan tengah mengedepankan Upaya melakukan promosi dalam pengembangan Kawasan wisata *Waterfront City* Kapuas bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika melalui penambahan anggaran khusus untuk Promosi, membuat Peraturan Daerah mengenai tindak lanjut pengembangan wisata di Kapuas dan melakukan Promosi di berbagai social media. Pemerintah Kabupaten Kapuas melalui Disbudpora dalam hal ini menerapkan strategi dengan melakukan penekanan lebih terhadap penambahan anggaran,

Peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian bahwa Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Facebook Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah menurut teori 4C Chris Heuer (2010) yang dikemukakan oleh Chris Heuer berdasarkan 4 (empat) Dimensi yaitu *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection* dengan Upaya yang dapat dikatakan baik

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian hanya dilaksanakan selama dua minggu dan peneliti hanya mengikuti satu kali dalam Pengelolaan Sosial Media oleh Kabupaten Kapuas.

**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 berkaitan dengan Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Facebook untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

## V. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pejabat-pejabat terkait di Disbudpora Kabupaten Kapuas yang memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

### BUKU BUKU

Chris Heuer dalam Solis, (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada

Firmansyah. (2014). *Arahan Penataan Kawasan Waterfront City SAMBAS*. *Jurnal Waterfront City Sambas*, 38(32)

Utomo, Dimas. (2020). “Pengembangan *Waterfront City* Sungai Kapuas Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah”. (Institut Pemerintahan Dalam Negeri : Jatinangor)

### PERATURAN PERUNDANGAN

Peraturan Bupati Kapuas Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Standar Operasional Prosedur Pengelolaan Media Sosial Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Kapuas

### PENELITIAN

Hamdani, Suharjano (2021). *Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Kota Bandung menggunakan GOOGLE MAPS API dan PHP*, Bandung

Ragil, dkk (2019). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Promosi Pariwisata Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang*, Semarang

Fitriani, Dwi (2019). *Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman*, Sleman

Rafi, dkk (2020). *Pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi PT Patra Bangun Properti*, Bandung

Trias, dkk (2020). *Pengelolaan media sosial untuk mendukung aktivitas humas pemerintahan Kota Surakarta Oleh Trias Yulvia, Hery Sawiji & Patni Ninghardjanti Universitas Sebelas Maret*, Surakarta