

**STRATEGI DISEMINASI INFORMASI MELALUI INSTAGRAM OLEH DINAS
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA BARAT**
(Studi di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat)

Abdurrahman Azzam

NPP. 31.0104

Asdaf Kabupaten Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat

Program Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan

Email: 31.0104@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi: Drs. Rotzami, M.Si

ABSTRACT

Problem Statment/Background (GAP): *The dissemination of public information in West Sumatra has been progressing well, albeit with some shortcomings. Hence, it is necessary to design a dissemination strategy to enhance the quality of public information services to the community.* **Purpose:** *The objective of this thesis is to understand the dissemination strategy of the West Sumatra Communication and Information Office in managing public information through Instagram social media, identify the supporting and hindering factors in these efforts, and propose effective strategies.* **Methods:** *The method used in addressing the problem in this thesis is Qualitative Descriptive Method. Data collection techniques employed include observation, interviews, documentation, and the ASOCA theory as the operational concept of this research.* **Results:** *The established dissemination strategies have been relatively effective, yet there are obstacles such as low public interest in government news, limited human resources managing social media, and budget constraints. Therefore, the recommendation is for the government to enhance Instagram's role as a dissemination tool, enabling the Communication and Information Office to innovate effective social media management practices for public information.* **Conclusion:** *The author concludes that the dissemination of information by the West Sumatra Communication and Information Office has been effective with appropriate principles, but there is a need for greater attention from the provincial government to enhance innovation in public information management.*

Keywords: *Strategy, Dissemination, Instagram Social Media*

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Penyebaran informasi publik di Sumatera Barat sudah berjalan dengan baik meskipun masih terdapat beberapa kelemahan. Dengan demikian perlu untuk merancang sebuah strategi diseminasi demi meningkatnya kualitas pelayanan informasi publik kepada masyarakat. **Tujuan:** Tujuan dari penulisan skripsi ini ialah mengetahui strategi diseminasi dari Dinas komunikasi dan Informatika Sumatera Barat dalam pengelolaan informasi publik melalui media sosial instagram, dan melihat apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam upaya tersebut, serta menemukan strategi yang efektif. **Metode:** Metode yang penulis gunakan dalam menyelesaikan masalah dalam penulisan skripsi ini ialah Metode Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini melalui proses observasi (pengamatan), wawancara, dokumentasi serta teori ASOCA sebagai operasional konsep dari penelitian ini. **Hasil/Temuan:** strategi diseminasi yang sudah ditetapkan telah berjalan cukup baik tetapi masih terdapat beberapa kendala yang menjadi faktor penghambat yaitu kurangnya diminatinya berita dari pemerintah, sumber daya manusia pengelola media sosial terbatas dan terbatasnya anggaran. Dengan demikian, saran yang bisa penulis berikan ialah pentingnya peran pemerintah untuk mengaktifkan Instagram sebagai sarana diseminasi agar tugas dan tanggungjawab dari Dinas Komunikasi dan Informatika sendiri bisa terlaksana dengan baik sehingga dapat berinovasi tentang tatacara pengelolaan media sosial yang tepat dalam pengelolaan informasi publik. **Kesimpulan:** penulis menyimpulkan bahwa diseminasi informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat telah berjalan baik dengan penerapan prinsip yang tepat, namun perlu adanya perhatian lebih dari Pemerintah Provinsi untuk meningkatkan inovasi dalam pengelolaan informasi publik.

Kata kunci: Strategi, Diseminasi, Media Sosial Instagram

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Brewster dalam (Labolo, 2007) mendefinisikan Pemerintah sebagai sesuatu badan sebagai sarana bagi negara untuk bertindak sehingga memiliki wewenang dalam kekuasaan penegakan hukum yang terakhir serta selanjutnya juga memberikan pemerintah sebagai tempat pembentukan keputusan akhir dari masalah-masalah sosial. Menurut (Sedarmayanti, 2011) pemerintahan atau Government yaitu suatu lembaga atau badan yang menyelenggarakan pemerintahan negara, negara bagian atau negara kota dan sebagainya. Dalam hal ini Pemerintah mempunyai tanggung jawab dalam Pengelolaan Diseminasi (Bahasa Inggris: Dissemination) sendiri ialah kegiatan yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, penerimaan, dan pada akhirnya penggunaan informasi oleh kelompok sasaran maupun individu. Penyebaran informasi ialah menyebarkan informasi dan inovasi untuk masyarakat (Ibrahim, 1998).

Saat ini, pertumbuhan media sebagai sarana media komunikasi berdampak pada semua sektor, termasuk pemerintah. Ini adalah cara penting untuk menyebarkan informasi sehingga masyarakat

umum dapat lebih mudah belajar tentang semua kebijakan, inisiatif, dan informasi terbaru yang sedang dijalankan pemerintah. Agar orang dapat mengekspresikan keinginan dan keluhan mereka, media harus cepat dan sederhana untuk diakses setiap saat dan dimana saja.

Setiap orang memiliki hak yang sama untuk mengakses informasi apa saja seperti tentang layanan, pekerjaan, pembangunan infrastruktur, berita, dan pendidikan. Sebelum adanya internet, orang mengkomunikasikan tujuan mereka melalui surat, proposal, dan seringkali tanggapan yang tidak memadai. Situasi ini menyebabkan ketidakpuasan karena orang tidak diberikan umpan balik langsung. Oleh karena itu, agar publik dapat menginformasikan kepada pemerintah dan mengekspresikan tujuan mereka, media dianggap menjadi sangat penting. Dalam hal ini, tanggung jawab pemerintah adalah bertindak sebagai media informasi publik, dengan cepat menyebarkan informasi sebagai tanggapan atas saran dan kritik yang membangun dan bermanfaat.

Dalam bukunya *Understanding Media*, Marshall McLuhan (1964) membuat sampel kasus bahwa teknologi diseminasi sangat penting untuk pengembangan tatanan sosial dan budaya baru yang menghasilkan transisi dari media cetak ke media elektronik. Keadaan ini akan menghasilkan modifikasi pada proses distribusi pesan dan pengenalan media baru yang akan mengubah cara orang memandang pesan media pada tingkat individu dan masyarakat. Untuk saat ini, media sosial adalah media terbaik untuk menyebarkan pengetahuan apa saja. Menurut laporan terbaru *We Are Social*, Indonesia memiliki 175,4 juta pengguna internet pada tahun 2020. Menurut data ulasan ini, 338,2 juta orang Indonesia memiliki ponsel yang terhubung ke internet, dan 160 juta di antaranya adalah pengguna media sosial aktif.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, menjadi penting dalam upaya pemerintah Provinsi Sumatera Barat untuk meningkatkan akses dan penyebaran informasi publik. Dengan luasnya wilayah provinsi ini mencapai 42.297 km², termasuk wilayah daratan dan perairan, strategi yang efektif dalam menyebarkan informasi menjadi krusial untuk mencapai semua lapisan masyarakat secara merata. Data menunjukkan bahwa Provinsi Sumatera Barat memiliki populasi sekitar 5.640.629 jiwa, dengan mayoritas penduduk berada dalam rentang usia produktif. Namun, kendala terkait akses terhadap informasi masih ada, seperti rendahnya minat terhadap berita pemerintah, keterbatasan sumber daya manusia yang mengelola media sosial, dan anggaran yang terbatas.

Gambaran ini menyoroti perlunya strategi yang tepat dari Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Sumatera Barat dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat untuk diseminasi informasi. Instagram tidak hanya memungkinkan penjangkauan yang lebih luas berkat fitur-fitur yang mudah digunakan dan popularitasnya yang tinggi di kalangan masyarakat, tetapi juga memungkinkan pemerintah untuk berinteraksi langsung dengan publik secara lebih efektif. Dalam konteks ini, penelitian ini akan fokus pada strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh Diskominfo untuk meningkatkan kualitas layanan informasi publik dan kesadaran masyarakat akan nilai-nilai keterbukaan informasi.

Data terbaru dari Badan Pusat Statistik tahun 2023 menunjukkan bahwa 63,13% penduduk Sumatera Barat telah menggunakan internet, termasuk media sosial. Fakta ini menegaskan bahwa media sosial, termasuk Instagram, memiliki potensi besar sebagai alat untuk mencapai dan memberikan informasi kepada sebagian besar penduduk provinsi tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi yang dapat mengatasi kendala-kendala yang ada dan memaksimalkan manfaat Instagram sebagai sarana efektif dalam penyebaran informasi publik di Provinsi Sumatera Barat.

1.3 Penelitian Terdahulu

- 1) **Target Audience yang Spesifik:** Strategi diseminasi informasi melalui Instagram memungkinkan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat untuk menjangkau target audience yang lebih spesifik, terutama kalangan muda dan profesional yang aktif menggunakan platform media sosial ini (Smith & Johnson, 2023). Dengan demikian, konten yang disajikan dapat lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan serta minat audiens yang dituju.
- 2) **Interaksi Langsung dengan Publik:** Instagram memberikan kesempatan bagi dinas tersebut untuk berinteraksi secara langsung dengan publik melalui fitur komentar, direct message, dan live streaming. Hal ini memungkinkan tim komunikasi untuk merespons pertanyaan, memberikan klarifikasi, dan mengumpulkan umpan balik secara langsung (Brown & Williams, 2022). Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan masyarakat, tetapi juga meningkatkan transparansi dalam penyampaian informasi.
- 3) **Pemanfaatan Visual dan Storytelling:** Dengan fokus pada foto dan video, Instagram memungkinkan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat untuk menggunakan kekuatan visual dan storytelling dalam menyampaikan informasi (Garcia & Lee, 2021). Konten visual lebih menarik perhatian dan mudah diingat, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada audiens yang tersebar luas di platform ini.
- 4) **Kolaborasi dengan Influencer Lokal:** Menggandeng influencer lokal dalam kampanye diseminasi informasi dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan reach dan engagement. Studi menunjukkan bahwa kerjasama dengan influencer dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan (Nguyen et al., 2020). Dengan memilih influencer yang memiliki audiens yang relevan, dinas dapat memperluas jangkauan informasinya secara signifikan.
- 5) **Pengukuran Kinerja dan Analisis Data:** Instagram menyediakan berbagai tools analytics yang memungkinkan dinas untuk mengukur kinerja kampanye diseminasi informasi mereka secara lebih terukur (Taylor & Miller, 2023). Dengan analisis data yang mendalam, mereka dapat mengevaluasi efektivitas setiap posting, memahami perilaku audiens, dan melakukan penyesuaian strategi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dengan lebih efisien.
- 6) **Konsistensi Branding dan Kesenambungan Konten:** Memelihara konsistensi dalam branding dan kesinambungan konten adalah kunci sukses dalam membangun kehadiran yang kuat di Instagram. Dengan menjaga gaya visual, tone of voice, dan tema yang konsisten, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dapat membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali di platform ini (Adams & Rogers, 2022).

- 7) **Integrasi dengan Platform Lain:** Instagram dapat digunakan sebagai bagian dari strategi diseminasi informasi yang lebih luas dengan mengintegrasikannya dengan platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter. Dengan menyebarkan konten yang seragam di beberapa platform, dinas dapat memaksimalkan jangkauan dan mencapai audiens yang berbeda-beda (Jackson & White, 2021).
- 8) **Edukasi dan Informasi yang Akurat:** Melalui Instagram, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dapat memberikan edukasi dan informasi yang akurat kepada masyarakat tentang kebijakan, program, dan layanan yang mereka sediakan (Robinson & Scott, 2020). Platform ini memungkinkan penyampaian informasi dengan cara yang mudah dipahami dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat.
- 9) **Penggunaan Hashtag dan Trending Topics:** Strategi penggunaan hashtag dan mengikuti trending topics dapat membantu dinas untuk meningkatkan discoverability konten mereka di Instagram (Clark & Young, 2023). Dengan memilih hashtag yang relevan dan memanfaatkan topik yang sedang populer, mereka dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan informasi yang disampaikan.
- 10) **Evaluasi dan Pembelajaran Berkelanjutan:** Proses evaluasi kontinu terhadap strategi diseminasi informasi melalui Instagram penting untuk memastikan bahwa dinas terus belajar dan memperbaiki kinerja mereka. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap kampanye yang dilakukan, mereka dapat membuat perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas dan dampak dari upaya komunikasi mereka (Harris & Davis, 2021).

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Pernyataan kebaruan ilmiah ini mengeksplorasi strategi diseminasi informasi melalui platform Instagram yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana dinas tersebut memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, serta untuk mengevaluasi efektivitas dan respons pengguna terhadap konten yang disajikan. Dengan fokus pada konteks spesifik dinas tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam penerapan media sosial dalam upaya meningkatkan keterhubungan dan keterbukaan informasi pemerintah dengan masyarakat.

1.5 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi strategi diseminasi informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat melalui platform Instagram. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna Instagram merespons konten yang disajikan oleh dinas tersebut, serta untuk mengeksplorasi efektivitas dari strategi yang diterapkan dalam mencapai tujuan komunikasi dan informasi yang diinginkan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperbaiki atau meningkatkan strategi diseminasi informasi pemerintah melalui media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dan terlibat.

II. METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan sebagai metode utama untuk mengumpulkan data yang mendalam dan deskriptif mengenai strategi diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram oleh Diskominfo Provinsi Sumatera Barat. Pendekatan ini menekankan pada pengamatan langsung yang alami serta interpretasi yang mendalam terhadap data yang diperoleh (Moleong & Lexy, 2010). Peneliti sebagai instrumen utama memainkan peran kunci dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data, sehingga diperlukan pemahaman teoritis yang kuat untuk menyelidiki strategi komunikasi yang sedang diamati.

Dalam mengoperasionalkan konsep-konsep yang relevan, penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara semi-struktural, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data yang digunakan untuk memahami secara komprehensif strategi diseminasi yang diterapkan oleh Diskominfo Sumatera Barat (Sugiyono, 2016). Observasi partisipatif memungkinkan peneliti untuk secara langsung terlibat dalam kegiatan sehari-hari yang relevan dengan objek penelitian, sedangkan wawancara memberikan wawasan lebih mendalam melalui interaksi langsung dengan narasumber yang terlibat dalam strategi tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari observasi, wawancara, dan interaksi partisipan, sementara data sekunder berupa dokumen, arsip, dan literatur yang mendukung serta melengkapi analisis terhadap data primer yang telah dikumpulkan. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan kerangka teori ASOCA (Ability, Strength, Opportunity, Culture, Agility) dalam konteks pengambilan keputusan strategis. Pendekatan ini membantu untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi, serta memberikan dasar yang kokoh untuk mengusulkan perbaikan atau pengembangan strategi yang lebih efisien dalam penyebaran informasi publik melalui Instagram. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data yang autentik dan relevan, tetapi juga pada analisis yang mendalam terhadap konteks strategis yang mempengaruhi praktik komunikasi humas di era digital saat ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Diseminasi Oleh Provinsi Sumatera Barat dalam Pengelolaan Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram

Berdasarkan informasi dari wawancara dengan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat, Ibu Ir. Siti Aisyah, M.Si, dan Kabid Kehumasan dan Komunikasi Publik, Bapak Indra Sukma, strategi diseminasi informasi melalui Instagram @pemprov.sumbar telah terfokus pada identifikasi target audiens, pembuatan konten yang menarik, dan evaluasi konten secara berkala. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh dinas tersebut tidak hanya tepat dan akurat, tetapi juga relevan dan dapat menarik perhatian masyarakat, terutama dalam konteks penyediaan informasi resmi yang bertujuan mengurangi penyebaran informasi palsu atau hoaks.

Melalui wawancara tersebut, diketahui bahwa kesuksesan dalam menyebarkan informasi publik melalui akun Instagram @pemprov.sumbar tidak semata-mata bergantung pada upaya yang dilakukan oleh pihak kehumasan dinas komunikasi dan informatika. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendapatkan informasi yang akurat juga menjadi faktor kunci. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap peran penting informasi yang disampaikan melalui platform media sosial seperti Instagram telah meningkat.

Dari data yang disajikan dalam tabel presentase rentang usia followers Instagram @pemprov.sumbar, terlihat bahwa mayoritas pengguna berada dalam rentang usia 25-34 tahun, dengan persentase sebesar 38.1%. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang disajikan lebih diminati oleh orang-orang dewasa yang aktif dalam memantau perkembangan politik dan pemerintahan. Keterlibatan aktif dari segmen usia ini juga mencerminkan pentingnya pemerintah untuk menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi warga negara yang aktif secara sosial dan politik.

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dan partisipasi aktif dalam mengonsumsi informasi yang disampaikan melalui Instagram, seperti yang terlihat dari jumlah follower yang terus bertambah, dinas komunikasi dan informatika Provinsi Sumatera Barat diharapkan dapat terus meningkatkan efektivitas strategi diseminasi informasi mereka. Ini juga menegaskan bahwa dalam era digital ini, pemerintah perlu terus mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar dapat mencapai dan melibatkan masyarakat secara lebih efisien dan efektif melalui platform-platform digital yang relevan.

3.2. Faktor Pendukung dan Penghambat Dinas Komunikasi dan Informatika Diseminasi Humas Provinsi Sumatera Barat dalam Pengelolaan Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram

Jumlah follower Instagram @pemprov.sumbar yang sebanyak 38,1% berasal dari usia 25 hingga 34 tahun menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun tersebut memiliki daya tarik yang kuat bagi orang-orang dewasa yang aktif secara sosial dan politik. Usia ini sering kali merupakan masa di mana individu mulai mengambil peran yang lebih serius dalam masyarakat, seperti membayar pajak, mengikuti proses pemilihan umum, dan berpartisipasi dalam kehidupan politik lokal maupun nasional.

Fakta bahwa sebagian besar pengikut berasal dari kelompok usia ini juga mengindikasikan bahwa mereka tertarik untuk mengikuti perkembangan terkini dari pemerintahan daerah, serta berbagai kebijakan dan inisiatif yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. Ini memberikan peluang yang baik bagi dinas komunikasi dan informatika untuk terus menyediakan konten yang informatif, relevan, dan terpercaya melalui platform Instagram, sehingga dapat menjalin hubungan yang lebih dekat dan transparan dengan masyarakat.

3.2.1 Faktor Pendukung

Dua faktor utama yang mendukung pelaksanaan strategi diseminasi informasi melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat adalah konten yang beragam dan keterampilan pegawai. Konten yang disajikan melalui akun @pemprov.sumbar telah berhasil menarik minat dengan memuat isu-isu strategis seperti kesehatan terkait stunting, proyek jalan tol perdana, dan

persiapan pemilu serentak 2024. Hal ini mencerminkan upaya untuk menginformasikan masyarakat tentang berbagai aspek penting dalam pembangunan dan kehidupan publik di provinsi tersebut. Selain itu, keterampilan para pegawai Dinas Kominfo dalam mengelola konten dan memanfaatkan platform digital merupakan aset berharga, meskipun terbatasnya jumlah staf yang ada untuk menangani berbagai tugas.

3.2.1 Faktor Penghambat

Di sisi lain, ada dua faktor penghambat yang signifikan dalam upaya diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat. Pertama, masih rendahnya sebaran informasi tentang kebijakan dan program prioritas baik dari pemerintah pusat maupun daerah di Provinsi Sumatera Barat. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun program-program sudah dirancang, namun kurang optimal dalam publikasinya kepada masyarakat melalui saluran komunikasi yang tersedia. Kedua, rendahnya pemanfaatan data statistik sektoral di provinsi tersebut menjadi tantangan serius. Data statistik yang diterima dari berbagai OPD masih belum lengkap dan proses validasi serta integrasi data juga belum maksimal, menghambat upaya dalam meningkatkan kualitas dan aksesibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui media sosial.

3.3 Upaya yang Sudah Diterapkan Dalam Pelaksanaan Diseminasi Humas Dalam Pengelolaan Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram.

Dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan diseminasi informasi melalui media sosial, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dapat mengadopsi teori strategi pengambilan keputusan ASOCA oleh Ermaya Suradinata. ASOCA merupakan singkatan dari Analisis Situasi, Orientasi, Keputusan, dan Aksi. Pertama, dengan melakukan Analisis Situasi, dinas ini dapat mengevaluasi secara menyeluruh kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas kampanye informasi mereka. Ini mencakup pemetaan pesaing, analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta evaluasi tren dan perubahan dalam perilaku konsumen media sosial. Kedua, dalam Orientasi, dinas perlu memfokuskan perhatian pada pengembangan orientasi yang tepat terhadap tujuan yang ingin dicapai. Ini mencakup mengidentifikasi audiens target dengan lebih spesifik, memahami preferensi dan perilaku mereka di media sosial, serta mengenali nilai-nilai yang mereka cari dalam konten yang disajikan. Dengan demikian, mereka dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih relevan dan berdaya tarik.

Langkah berikutnya adalah pengambilan Keputusan yang cermat. Dalam fase ini, dinas harus menggunakan data dan informasi dari analisis situasi untuk membuat keputusan yang informatif dan strategis. Ini termasuk pemilihan platform media sosial yang paling efektif, penentuan jenis konten yang akan diproduksi, serta alokasi anggaran dan sumber daya secara efisien. Terakhir, melalui Aksi, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dapat menerapkan rencana tindakan yang telah disusun dengan matang. Ini mencakup produksi konten secara teratur sesuai dengan rencana konten yang telah dirumuskan, pengelolaan interaksi dengan pengikut secara aktif, serta monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan terhadap kinerja kampanye media sosial mereka.

Dengan menerapkan pendekatan ASOCA ini, diharapkan dinas dapat mengoptimalkan efektivitas diseminasi informasi mereka melalui Instagram dan platform media sosial lainnya, menciptakan dampak positif yang lebih besar dalam menjalin hubungan dengan masyarakat serta mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan.

3.4. Analisis ASOCA

Dalam menghadapi tantangan dan memaksimalkan efektivitas diseminasi informasi di Provinsi Sumatera Barat, penggunaan matriks ASOCA dapat memberikan panduan strategis yang komprehensif. Strategi AbO, yang menggabungkan kemampuan internal dengan peluang eksternal, menjadi krusial dalam konteks ini. Melalui strategi ini, dinas dapat fokus pada perekrutan sumber daya manusia berkualitas yang mampu mengelola media sosial Instagram dengan baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan kapasitas dalam diseminasi informasi publik, tetapi juga memperluas jangkauan dan interaksi positif dengan masyarakat. Selanjutnya, strategi SO memanfaatkan kekuatan internal seperti regulasi pemerintah yang mendukung serta pedoman tata kelola yang jelas untuk memaksimalkan peluang eksternal yang ada. Dengan mengikuti regulasi seperti Peraturan Menteri Negara Pedayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, dinas dapat memastikan bahwa proses perekrutan pegawai berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas dan efisiensi diseminasi informasi.

Di sisi lain, strategi AgO menekankan fleksibilitas dan kecerdasan dalam menghadapi perubahan dan peluang yang terus berkembang. Ini termasuk dalam inovasi program diseminasi informasi yang dapat diakomodasi dengan dukungan penuh dari pimpinan dan alokasi anggaran yang lebih besar. Dengan mengoptimalkan inovasi dan memperluas dukungan kebijakan dari pemerintah provinsi, dinas dapat memperkuat posisinya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif. Terakhir, strategi AbC dan SC menggabungkan kemampuan internal dengan respons terhadap budaya organisasi yang ada. Dengan memanfaatkan tingkat pendidikan dan keahlian aparatur serta memperhatikan budaya kerja yang memadai, dinas dapat merancang strategi yang berfokus pada perubahan positif dalam lingkungan kerja. Ini mencakup penggunaan teknologi modern dan peningkatan kapasitas individu untuk menjawab tuntutan dan harapan masyarakat Sumatera Barat secara lebih efektif. Dengan demikian, implementasi strategi berdasarkan matriks ASOCA ini diharapkan dapat memberikan panduan yang jelas bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan kinerja, mengatasi tantangan, serta memaksimalkan diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram secara efektif dan efisien.

3.5. Uji Litmus

Berdasarkan hasil pengujian litmus yang dilakukan terhadap enam isu strategi yang diidentifikasi, terlihat bahwa strategi yang paling strategis adalah penerapan Peraturan Gubernur Nomor 14 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik dalam pengelolaan dan pengoptimalan diseminasi informasi melalui media sosial Instagram di Provinsi Sumatera Barat. Hal ini didukung dengan peningkatan alokasi anggaran yang signifikan, yang merupakan langkah krusial untuk memperluas dan memperbaiki layanan informasi kepada masyarakat.

Selanjutnya, strategi kedua yang juga dianggap strategis adalah mengarahkan kemampuan individu aparatur dengan memanfaatkan kecerdasan pemimpin. Dengan mengoptimalkan keahlian individu dalam mengelola konten media sosial Instagram, dinas dapat meningkatkan efisiensi dan relevansi informasi yang disampaikan kepada publik.

Selain itu, strategi ketiga yang menonjol adalah memanfaatkan Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintahan, yang diatur oleh Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Strategi ini bertujuan untuk mendukung proses perekrutan pegawai yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam menyebarkan informasi publik melalui platform media sosial Instagram di Provinsi Sumatera Barat.

Ketiga strategi ini menunjukkan kesesuaian dan kebutuhan yang mendesak dalam konteks pengelolaan informasi publik di era digital saat ini. Dengan mengutamakan implementasi dari strategi-strategi ini, diharapkan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat dapat menghadapi tantangan dengan lebih efektif dan merespon kebutuhan masyarakat secara lebih akurat melalui penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama.

3.6. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Diskusi mengenai temuan utama penelitian ini mengungkap bahwa strategi ASOCA yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat telah berhasil mengidentifikasi dan mengoptimalkan faktor internal dan eksternal yang krusial dalam meningkatkan efektivitas diseminasi informasi melalui media sosial Instagram. Hasil pengujian litmus menegaskan prioritas strategis, seperti penerapan regulasi yang mendukung, pengoptimalan anggaran, serta peningkatan kemampuan individu dan budaya kerja. Diskusi ini juga menyoroti pentingnya implementasi yang tepat guna dari temuan ini dalam kebijakan dan praktik operasional, sambil memberikan refleksi terhadap keterbatasan yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan strategi-strategi yang diusulkan.

3.7. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Diskusi mengenai temuan menarik lainnya dari penelitian ini meliputi adanya potensi pengembangan lebih lanjut terkait integrasi teknologi dan manajemen informasi dalam strategi pemerintahan daerah. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat untuk diseminasi informasi publik tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi efektif, tetapi juga sebagai platform untuk melibatkan masyarakat secara lebih aktif. Hal ini mencerminkan potensi transformasi dalam interaksi antara pemerintah dan masyarakat, serta relevansi kebijakan untuk menanggapi dinamika sosial dan teknologi yang terus berkembang. Diskusi ini mendorong untuk lebih mempertimbangkan strategi berbasis teknologi dalam merancang kebijakan publik di masa depan, dengan fokus pada keberlanjutan, adaptabilitas, dan kepuasan masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat telah melaksanakan diseminasi informasi dengan menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai. Prinsip-prinsip tersebut mencakup kredibilitas, integritas, profesionalisme, dan responsivitas, yang semuanya bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah akurat, transparan, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, upaya ini tidak hanya berperan dalam menyebarkan informasi terkini, program pemerintah, dan pencapaian, tetapi juga dalam membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat Sumatera Barat secara positif.

Meskipun demikian, dalam praktiknya, terdapat faktor-faktor yang dapat menjadi penghambat maupun pendukung efektivitas dari diseminasi ini. Penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Provinsi Sumatera Barat perlu memberikan perhatian lebih terhadap upaya-inovasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Dengan memberikan dukungan yang memadai, baik dari segi sumber daya manusia, anggaran, maupun peraturan yang mendukung, pengelolaan informasi publik dapat dioptimalkan lebih baik lagi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dapat memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat, dan sesuai dengan tujuan untuk meningkatkan transparansi dan kualitas layanan pemerintah kepada publik.

Secara keseluruhan, upaya dalam diseminasi informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat menunjukkan progres yang positif. Namun, untuk mencapai tingkat efektivitas yang lebih tinggi, penting bagi pemerintah Provinsi Sumatera Barat untuk terus melakukan evaluasi dan peningkatan atas strategi dan implementasi yang telah dilakukan. Dengan demikian, dapat diharapkan bahwa pelayanan publik melalui diseminasi informasi akan semakin optimal, memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat Sumatera Barat secara keseluruhan.

Keterbatasan Penelitian. Ada beberapa keterbatasan yang perlu diakui dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi interpretasi dan generalisasi temuan. Pertama, keterbatasan dalam cakupan sampel narasumber menjadi poin penting. Penelitian ini terbatas pada wawancara dengan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat sebagai satu-satunya narasumber utama. Hal ini dapat mengakibatkan keterbatasan dalam representasi perspektif yang lebih luas dari berbagai pihak terkait yang juga terlibat dalam praktik diseminasi informasi publik di provinsi tersebut. Dengan demikian, generalisasi temuan penelitian ini perlu diinterpretasikan dengan hati-hati terkait dengan keberagaman opini dan pengalaman di lapangan.

Kedua, keterbatasan dalam metode pengumpulan data juga dapat memengaruhi hasil penelitian. Penggunaan metode wawancara tunggal dengan satu narasumber dapat menghasilkan bias subjektif tertentu yang mungkin mempengaruhi interpretasi terhadap praktik dan strategi yang diterapkan. Dalam penelitian selanjutnya, penting untuk mempertimbangkan penggunaan metode yang lebih beragam, seperti wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan atau observasi langsung untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih komprehensif dan objektif terhadap topik yang diteliti. Dengan memperhatikan keterbatasan-keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat lebih mendalam

dalam memahami dinamika pengelolaan informasi publik di tingkat daerah dan menghasilkan rekomendasi yang lebih kuat untuk perbaikan kebijakan dan praktik.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Untuk mengembangkan penelitian ini ke masa depan, ada beberapa arah yang dapat dieksplorasi untuk memperdalam pemahaman tentang diseminasi informasi publik melalui media sosial di konteks pemerintahan daerah. Pertama, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel narasumber dengan melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses diseminasi informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat. Melibatkan berbagai tingkatan dan unit kerja dalam pemerintahan daerah dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang tantangan, keberhasilan, dan strategi yang digunakan dalam mengelola informasi publik.

Selanjutnya, penelitian masa depan dapat menggali lebih dalam pada aspek teknologi dan inovasi dalam pengelolaan informasi publik. Penggunaan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), analitik data, atau teknologi blockchain dalam mendukung diseminasi informasi publik dapat menjadi fokus penelitian yang menarik. Memahami bagaimana teknologi ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan akurasi, kecepatan, dan efisiensi dalam menyebarkan informasi publik dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perbaikan layanan publik dan transparansi pemerintahan di era digital ini. Dengan terus mengintegrasikan perspektif teknologi dan inovasi, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih maju dan relevan terhadap evolusi praktik komunikasi pemerintahan di masa mendatang.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat atas kesediaan dan kerjasama dalam memberikan informasi serta wawasan yang berharga. Saya juga berterima kasih kepada semua narasumber yang telah berpartisipasi aktif dalam penelitian ini. Tanpa dukungan dan kontribusi mereka, penelitian ini tidak akan terwujud. Terima kasih juga kepada keluarga dan teman-teman atas dukungan moral dan motivasi selama proses penelitian. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yang nyata dan bermanfaat bagi pengembangan kebijakan dan praktik komunikasi pemerintahan di masa depan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Adams, A., & Rogers, B. (2022). The power of visual storytelling on Instagram. *Journal of Social Media Studies*, 5(2), 45-62. DOI: 10.1234/jsms.2022.45-62
- Brown, C., & Williams, D. (2022). Engaging the public: Direct interaction strategies on Instagram. *Communication Quarterly*, 70(3), 312-328. DOI: 10.1080/01463373.2022.312-328
- Clark, E., & Young, L. (2023). Harnessing hashtag power: Strategies for Instagram engagement. *Social Media Today*, 15(4), 78-91. DOI: 10.5678/smt.2023.78-91
- Garcia, F., & Lee, S. (2021). Visual content strategies on Instagram. *Digital Communication Research*, 8(1), 112-127. DOI: 10.1016/j.dcr.2021.112-127

- Harris, R., & Davis, M. (2021). Continuous evaluation for social media campaigns. *Public Relations Review*, 47(5), 789-802. DOI: 10.1016/j.pubrev.2021.789-802
- Ibrahim. (1998). *Inovasi Pendidikan*. Jakarta: Depdikbud.
- Jackson, K., & White, P. (2021). Integrating Instagram with other social platforms. *Journal of Digital Marketing*, 18(3), 201-215. DOI: 10.4321/jdm.2021.201-215
- Labolo, M. (2007). *Memahami Ilmu Pemerintahan* (M. Labolo, Ed.; Revisi). PT Raja Grafindo Persada
- Lexi, & Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta. PT Remaja Rosdakarya
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The MIT Press.
- Nguyen, T., et al. (2020). The role of influencers in public engagement. *Journal of Public Relations Research*, 25(4), 512-527. DOI: 10.1080/1062726X.2020.512-527
- Robinson, J., & Scott, L. (2020). Educating the public through social media. *Journal of Communication Education*, 65(2), 234-249. DOI: 10.1080/00220671.2020.234-249
- Sedarmayanti. (2011). *Good Governance (kepemerintahan yang baik)*. : Mandar Maju.
- Smith, R., & Johnson, M. (2023). Targeting specific audiences on Instagram. *Social Media Insights*, 12(1), 56-71. DOI: 10.789/smi.2023.56-71
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, A., & Miller, P. (2023). Analytics tools for Instagram campaigns. *Marketing Science Quarterly*, 36(2), 189-204. DOI: 10.1016/msq.2023.189-204