

**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI  
PEMERINTAHAN PADA BAGIAN HUMAS PROTOKOL DAN KOMUNIKASI  
PIMPINAN KOTA SABANG PROVINSI ACEH**

Jefri Rafli Pasha

NPP.29.0036

*Asdaf Kota Sabang, Provinsi Aceh*

*Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan*

Email: [Jefri.rafli77@gmail.com](mailto:Jefri.rafli77@gmail.com)

**ABSTRACT**

**Problem Statement/Background (GAP):** *The background of this research is that social media is very important, considering the widespread phenomenon of the use of social media in the community, especially in the City of Sabang, which is considered not optimal, especially in the readiness of the community to use social media both as a means of information and as a means of complaints and reporting public aspirations. Purpose:* *This study aims to find out how the use of social media is carried out by the Protocol and Communication Section of the Regional Secretariat of Sabang City and then what is the right strategy in using social media. Method:* *The method used is qualitative with analysis of communication theory by Laswell and for determining strategy as the output of the study then using SWOT analysis which is tested with the litmust test to determine the order of strategy priorities. Data collection techniques were carried out by conducting in-depth interviews (14 informants), observation, documentation, and triangulation. Result:* *The results showed that the use of social media as a means of government communication by the Protocol and Communication Section of the Regional Secretariat of the City of Sabang was not maximized due to several obstacles such as the people of Sabang City being constrained by access to social media devices, telecommunication network infrastructure constraints, content publications that were still not optimal, and the lack of response from the Sabang City Public Relations account to public complaints. Conclusion:* *Based on the results of the data analysis carried out, several strategies were obtained that can be used to improve public information services through social media. The researcher then provides suggestions in the form of improving internet and telecommunications network infrastructure as well as improving the quality of content and responding to incoming complaints.*

**Keywords:** *Communication, Social Media, Strategy*

**ABSTRAK**

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** *Penelitian ini dilatarbelakangi media sosial sangat penting, mengingat maraknya fenomena pemanfaatan media sosial di masyarakat khususnya di Kota Sabang dianggap belum maksimal terutama pada kesiapan masyarakat dalam menggunakan media sosial baik sebagai sarana informasi maupun sebagai sarana pengaduan dan pelaporan aspirasi masyarakat. Tujuan:* *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang serta kemudian bagaimana strategi yang tepat dalam pemanfaatan media sosial tadi. Metode:* *Metode yang digunakan ialah kualitatif deskriptif*

dengan analisis teori komunikasi oleh Laswell serta untuk penentuan strategi sebagai keluaran dari penelitian kemudian menggunakan analisis SWOT yang diuji dengan tes litmust untuk menentukan urutan prioritas strategi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam (14 informan), observasi, dokumentasi, dan triangulasi. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang belum maksimal dikarenakan beberapa kendala seperti masyarakat Kota Sabang terkendala perangkat akses ke media sosial, kendala infrastruktur jaringan telekomunikasi, publikasi konten yang masih belum maksimal, serta kurangnya respon akun Humas Kota Sabang terhadap aduan masyarakat. **Kesimpulan:** Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, kemudian didapatkan beberapa strategi yang dapat digunakan demi peningkatan pelayanan informasi publik melalui media sosial. Peneliti kemudian memberikan saran berupa peningkatan infrastruktur jaringan internet dan telekomunikasi serta perbaikan kualitas konten dan respon terhadap aduan yang masuk.

**Kata Kunci: Komunikasi, Media Sosial, Strategi**

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini terhadap berbagai hal sangat mempengaruhi banyak dimensi kehidupan manusia dengan cepat. Perkembangan tersebut bukan hanya mengenai pergeseran budaya yang dahulunya tradisional menjadi modern. Namun, juga menggeser pola pikir dan hidup manusia. Era perubahan yang nyata terasa saat ini adalah perubahan akibat adanya Revolusi Industri 4.0. Pergeseran sistem kerja yang dahulunya masih bersifat manual dan harus dikerjakan sendiri oleh manusia kini berkembang menjadi serba instan melalui pemanfaatan teknologi dengan berbagai kemudahan didalamnya.

Salah satunya ialah dalam hal cara berkomunikasi dimana mengalami perubahan yang sangat signifikan, misalnya proses mengirim dan bertukar informasi menggunakan hewan seperti mengirim pesan lewat merpati sebagai media mengirim pesan atau mengirim pesan lewat surat kini digantikan dengan media pengirim pesan digital. Hal ini tentu beralasan selain karena mudah untuk diakses juga dapat digunakan kapan pun dan dimana saja, prosesnya juga jauh lebih cepat dan efisien. Setiap orang dapat langsung berkomunikasi tatap muka secara tidak langsung saat ini. Media tersebut dikenal sebagai media sosial. Penggunaan media sosial pun akhirnya berkembang sebagai salah satu cara masyarakat dalam berkomunikasi.

Media sosial adalah sebuah teknologi/alat/konsep berbasis Internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna sambil membiarkan pengguna membangun (setidaknya satu dari alat/konsep/teknologi tadi) identitas, percakapan, konektivitas (kehadiran), hubungan, reputasi, grup, dan saling berbagi konten (Khan, 2017).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh layanan manajemen konten *HootSuite* dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dengan judul "Digital 2021" pada Februari 2021 lalu menunjukkan bahwa dari total populasi 274,9 juta jiwa penduduk Indonesia, pengguna aktif atau yang dapat mengakses internet termasuk media sosial mencapai 170 juta jiwa. Jumlah tersebut sebanding dengan 61,8 persen dari total populasi penduduk Indonesia pada bulan Januari 2021. Data yang dirilis tersebut juga menunjukkan bahwa Indonesia berada pada peringkat ke sembilan dari sekitar 47 negara yang dianalisis ([www.databooks.co.id](http://www.databooks.co.id)).

Hal ini menunjukkan besarnya minat masyarakat Indonesia khususnya dalam menggunakan media sosial. Pemerintah saat ini kemudian harus mampu merespon dengan cepat perubahan

informasi yang telah berkembang di masyarakat melalui media sosial. Oleh karenanya, peran bagian hubungan masyarakat (Humas) pemerintah sebagai garda penghubung komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat sangat penting. Humas pemerintah bukan hanya membangun komunikasi dengan masyarakat namun juga berperan untuk membangun kembali citra positif pemerintah. Sebagai juru bicara pemerintah, Humas berperan dalam memberi sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah. Humas pemerintah juga harus tetap *up-to-date* terhadap perkembangan informasi melalui media sosial, sehingga pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintah dengan masyarakat perlu untuk dilakukan.

Pemerintah Kota Sabang Provinsi Aceh melalui Humas pemerintah Kota Sabang telah memanfaatkan media sosial (facebook, Instagram, dan youtube) sebagai upaya dalam pendekatan komunikasi dengan masyarakat. Penyampaian informasi dilakukan melalui media sosial juga sebagai usaha terhadap penyampaian informasi yang luas dan cepat, sehingga informasi yang diberikan bukan hanya kepada warga Kota Sabang tapi juga dapat diakses oleh masyarakat luar. Media sosial tadi bukan hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi namun juga oleh masyarakat baik masyarakat Kota Sabang maupun masyarakat luar juga dijadikan sebagai saluran penyampaian aspirasi dan saran khususnya kepada pemerintah Kota Sabang.

### 1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Ada beberapa permasalahan terkait dengan pemanfaatan media sosial oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang ini. Faktor kesiapan masyarakat Kota Sabang khususnya dalam menerima informasi melalui media sosial tadi. Penduduk Kota Sabang yang mampu mengakses internet termasuk media sosial terbilang masih sedikit. Berikut adalah data statistik penduduk Kota Sabang yang mampu mengakses internet termasuk media sosial:

Tabel 1.

**Persentase Anggota Rumah Tangga Berusia 5 Tahun ke Atas menurut Jenis Kelamin dan Penggunaan Teknologi Informasi selama Tiga Bulan Terakhir di Kota Sabang Tahun 2021**

No.	Jenis Kelamin	Menggunakan Smartphone atau Komputer (PC/ Desktop, Laptop/ Notebook, Tablet)	Memiliki Telepon Seluler biasa	Tidak Memiliki Telepon Seluler biasa, Smartphone atau Komputer (PC/ Desktop, Laptop/ Notebook, Tablet)	Mengakses Internet (termasuk Media Sosial)
1.	Laki- laki	64 %	24,57 %	11,43 %	63,87 %
2.	Perempuan	54 %	36.37 %	10 %	53,46 %
<b>Total Persentase Keseluruhan (Laki-laki+perempuan)</b>		<b>59 %</b>	<b>30.37 %</b>	<b>11 %</b>	<b>57 %</b>

Sumber: BPS Kota Sabang (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masih banyak penduduk yang belum dapat mengakses media sosial. Media sosial hanya dapat diakses melalui perangkat yang dapat

terhubung dengan internet seperti *smartphone* atau komputer (PC/ desktop, laptop/ *notebook*, tablet) sehingga bila kita jumlahkan persentase penduduk yang tidak memiliki perangkat tersebut dengan penduduk yang sama sekali tidak memiliki perangkat telekomunikasi jumlahnya mencapai 41.37 %. Sehingga masih cukup banyak penduduk Kota Sabang kemudian yang belum dapat mengakses internet termasuk media sosial didalamnya. Sehingga perlu diketahui apakah pemerintah Kota Sabang saat ini telah melakukan perencanaan dan mengetahui kondisi penduduknya sebelum memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi di Kota Sabang khususnya.

Pada beberapa media sosial akun Humas Kota Sabang jumlah *followers* (pengikut) masih sangat sedikit sehingga keberadaan akun Humas Kota Sabang apakah diketahui secara luas oleh masyarakat Kota Sabang yang menggunakan media sosial tersebut dan apakah mereka yang mengetahui mendapat pemahaman dan informasi yang cukup, atau mereka harus mengakses akun media sosial lain dalam mendapatkan informasi juga harus diperhatikan. Beberapa fitur media sosial pun belum digunakan sepenuhnya. Pengguna media sosial berdasarkan data dari Kemenkominfo bahwa *platform* media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *Youtube*, kemudian disusul oleh *Facebook*, dan *Instagram*. Dalam hal ini, Humas kota sabang belum mengetahui secara umum mengenai media sosial apa yang banyak digunakan serta digemari oleh warganya dan apakah hanya sekedar memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik namun tidak memperhatikan bagaimana karakteristik komunikannya. Hal ini penting dilakukan agar penempatan informasi dan komunikasi publik tidak salah media (*channel*).

Bentuk informasi yang disampaikan kebanyakan hanya seputar kegiatan pimpinan, pengemasan (*packaging*) konten juga masih terlihat biasa dan belum memiliki visual yang cukup menarik. Sehingga perlu diketahui kriteria atau bentuk informasi yang disampaikan apa saja dan bagaimana proses pengemasan informasi tersebut menjadi konten sebelum diberikan ke masyarakat.

Pengguna media sosial menurut Kemenkominfo kebanyakan berasal dari kalangan usia milenial. Namun belum diketahui apakah generasi usia tersebut keseluruhannya merupakan *followers* (pengikut) dari akun humas Kota Sabang sehingga Humas Pemko Sabang perlu melakukan penelusuran lebih mendalam mengenai siapa *audience* utama dari akun media sosialnya serta apakah keseluruhan *audience* yakni *followers* tersebut adalah penduduk Kota Sabang atau bukan. Seiring berjalannya waktu, akun Humas Kota Sabang bukan hanya dijadikan sebagai sarana informasi publik, namun oleh masyarakat Kota Sabang sebagai sarana pengaduan dan aspirasi baik melalui akun facebook dan akun instagram. Hal ini dikarenakan Pemerintah Kota Sabang belum mempunyai sarana pelaporan dan aspirasi sendiri seperti website LAPOR sehingga masyarakat pun kemudian lebih memilih melaporkannya melalui media sosial karena sifatnya *user friendly* (mudah untuk diakses dan digunakan).

Pada akun humas, terkait respon Humas secara langsung terhadap aduan dan aspirasi masyarakat yang terdapat di akun facebook melalui kolom komentar belum peneliti temukan, padahal hal ini diperlukan agar masyarakat menganggap bahwa aduannya direspon sehingga komunikasi dengan masyarakat tetap terjaga dengan baik.

### **1.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik yang mengenai pemanfaatan media sosial oleh Humas sebuah organisasi maupun mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana membangun *public relation*. Penelitian Mohammad Ribhul Azeem, dan Ahmad Toni berjudul Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial (Azeem & Toni, 2018), menemukan bahwa bahwa beberapa aspek

seperti: timbal balik, penandaan informasi, pengembangan fokus, dan bahasa yang digunakan penting dalam peningkatan penggunaan jejaring sosial di Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Penelitian Yosol Iriantara dengan judul Humas Pemerintah 4.0 (Iriantara, 2018) peneliti, menemukan bahwa humas pemerintah harus mampu beradaptasi terhadap perubahan digital yang terjadi dengan memanfaatkan platform media sosial serta agar mampu mengembangkan pola pikir baru, kreatif, serta inovatif dalam melakukan kegiatan kehumasan ditengah era media sosial dan Revolusi Industri 4.0. Penelitian Kurniati, Muhammad Munir, Lilik Hamidah, dan Annisa Shah Rizky dengan judul Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks (Kurniati dkk, 2020), peneliti menemukan bahwa dalam hal prosedur manajemen komunikasi, Ditjen IKP selaku humas pemerintah telah memilih media sosial Youtube, Namun dalam pelaksanaannya masih belum optimal dikarenakan kualitas unggahan yang kurang menarik, sehingga ini berakibat kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi dan mencari informasi dari akun *youtube* tersebut. Selanjutnya berdasarkan penelitian Dian Purworini dengan judul Model Informasi Publik Di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo (Purworini, 2014) peneliti menemukan bahwa model komunikasi yang digunakan Pemda Sukoharjo masih berupa model komunikasi satu arah atau masih dengan cara konvensional sehingga perlu dilakukan perubahan. Penelitian oleh Adhianty Nurjanah dan Frizki Yulianti Nurnisya dengan judul Pemanfaatan Digital Public Relation (PR) dalam sosialisasi tagline jogja istimewa oleh humas pemerintah Kota Yogyakarta (Nurjanah & Nurnisya, 2016) peneliti menemukan bahwa pemanfaatan Digital Public Relation (PR) dalam sosialisasi tagline jogja istimewa oleh humas pemerintah Kota Yogyakarta belumlah efektif sehingga juga diperlukan sosialisasi melalui cara konvensional seperti iklan.

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

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pada penelitian ini peneliti mengaitkan bagaimana penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang yang telah diterapkan dimana peneliti tidak memfokuskan pada proses adaptasi humas, namun lebih kepada pemanfaatan media sosial oleh humas. Selain itu peneliti tidak hanya fokus pada satu media sosial saja, namun beberapa media sosial lain seperti facebook dan instagram yang digunakan oleh Humas Kota Sabang. Perbedaan juga terdapat pada masalah yang diteliti, yakni pada penelitian ini tidak memfokuskan bagaimana pencegahan informasi hoaks melalui media sosial namun, lebih kepada bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi termasuk pengaduan bagi masyarakat, sehingga berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah disebutkan sebelumnya.

Teori yang digunakan juga berbeda yakni dalam hal ini untuk melihat apakah pemanfaatan media sosial yang digunakan telah memenuhi dan sesuai dengan strategi komunikasi yang efektif maka peneliti kemudian menggunakan teori Komunikasi Lasweel yang terdiri atas 5 (lima) dimensi yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan, dan timbal balik (Laswell dalam (Schramm et.al, 1971)), sehingga berbeda dengan penelitian- penelitian yang telah disebutkan sebelumnya.

#### **1.5. Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota

Sabang serta kemudian bagaimana strategi yang tepat dalam pemanfaatan media sosial tersebut.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana maksud peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah karena penelitian kualitatif dianggap mampu untuk menjawab serta menggali masalah yang belum terlihat. Kemudian, maksud peneliti menggunakan metode deskriptif disini agar penelitian diarahkan untuk menjelaskan sebuah fenomena, keadaan atau peristiwa secara akurat dan sistematis, terhadap sifat (ciri khas) populasi atau daerah tertentu (Hardani et.al, 2015). Adapun analisis data yang digunakan ialah menggunakan analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Syahrudin, 2012).

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 14 orang informan yang terdiri dari Kepala Dinas Komunikasi Informasi Statistik dan Persandian Kota Sabang, Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, Staf Bidang Penyelenggaraan *E-Government* Diskominfo Kota Sabang, Pranata Hubungan Masyarakat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, Admin Media Sosial Humas Kota Sabang, dan masyarakat (sebanyak 9 orang yang dalam hal ini masyarakat yang dipilih ialah dengan kriteria yang menggunakan media sosial maupun tidak menggunakan media sosial). Adapun analisisnya menggunakan teori Komunikasi Laswell yang digagas oleh Laswell dalam (Schramm et.al, 1971) yang menyatakan bahwa komunikasi efektif harus memenuhi 5 (lima) dimensi yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan, dan timbal balik.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang menggunakan pendapat dari Laswell yang menyatakan bahwa komunikasi efektif harus memenuhi 5 (lima) dimensi yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan, dan timbal balik. Setelah menganalisis kelima dimensi tadi peneliti kemudian menentukan strategi pemanfaatan media sosial yang tepat pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang dengan menggunakan analisis SWOT yang diuji dengan Tes Litmust. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

### 3.1. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintahan Pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang

#### 3.1.1. Komunikator

Komunikator adalah *sender* (pengirim) pesan. Pada pemanfaatan media sosial pada pemerintahan, komunikator adalah admin akun dan siapa berwenang atas akun tersebut, hal ini mencakup manajemen akun (hak akses, pembatasan akses, keamanan akun), serta *employee conduct* (perilaku admin ketika menggunakan akun pemerintah tersebut) (Nepal, 2016). Namun komunikator juga haruslah selektif yang dimana maksudnya ialah mampu mengetahui maksud dan tujuan komunikasi serta ketepatan media yang dipilih. Terkait hal ini Humas Kota Sabang telah memilih media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik. Media sosial

dianggap mampu menjadi sarana dalam menyampaikan tujuan komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kepala Dinas Komunikasi Informasi Statistik dan Persandian Kota Sabang mengatakan “media sosial sudah cukup tepat digunakan sebagai media penyebaran informasi publik, hal ini dikarenakan media sosial dapat diakses secara luas bukan hanya oleh masyarakat Kota Sabang tetapi juga masyarakat luar yang mungkin memerlukan informasi mengenai Kota Sabang”. Hal ini dipertegas oleh pernyataan dari Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang yang mengatakan “media sosial dipilih karena mudah digunakan dan bisa menjangkau banyak orang, di zaman sekarang orang lebih banyak menggunakan perangkat teknologi seperti smartphone bukan hanya untuk sekedar telepon dan sms, tapi juga untuk mencari berita lewat internet dan kebanyakan lebih sering melalui media sosial”. Hal ini menunjukkan bahwa bagian humas sendiri berarti juga sudah melakukan upaya selektif dalam memilih media yang akan digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan tujuan komunikasi dan informasi dengan melihat terlebih dahulu *trend* (kebiasaan) masyarakat dalam mencari informasi.

Terkait manajemen akun atau pengelolaan manajemen akun, salah atau hal didalamnya adalah pemegang akses akun atau admin akun tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pranata Hubungan Masyarakat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, mengatakan bahwa “Pembatasan akses di akun Humas Kota Sabang telah dilakukan sehingga hanya saya sendiri yang berwenang untuk mengepost publikasi, membalas pesan masuk, dan mengetahui serta mengubah password akun dan tidak diberikan akses ke orang lain karena apa yang ada di dalam media social yang tidak terlihat seperti pesan adalah privasi dan tidak semua orang boleh melihatnya.” Sehingga pembatasan telah dilakukan dengan hanya memberikan satu orang saja sebagai admin. Terkait keamanan akun, Admin akun Humas Kota Sabang mengatakan “Hanya Admin yang memiliki akses dan bertanggung jawab akan keamanan akun. Admin Humas Kota Sabang juga secara rutin mengubah password untuk menghindari adanya pembobolan akun. Oleh karena hal ini mengapa jumlah admin hanya dibatasi yakni satu orang saja”. Sehingga peneliti kemudian menyimpulkan bahwa Humas Kota Sabang sendiri telah melakukan pembatasan akun dengan hanya menunjuk 1 (satu) orang admin yang juga berperan sebagai Pranata Hubungan Masyarakat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang dikarenakan pengelolaan media sosial terdapat pada bagian ini yang dimana tujuannya adalah untuk menjaga privasi akun, keamanan akun pun juga telah dilakukan oleh admin akun Humas Kota Sabang.

Berkaitan dengan serta *employee conduct* (perilaku admin ketika menggunakan akun pemerintah tersebut, disini maksudnya adalah cara admin menggunakan media sosial pemerintah tersebut dikarenakan admin juga berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Hal tersebut harus diperhatikan dikarenakan cara admin berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya mempengaruhi citra baik pemerintah di mata pengguna sosial. Mengenai hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Admin Akun Humas Kota Sabang mengatakan “akun ini adalah akun media sosial yang atas nama pemerintah Kota Sabang sehingga image yang dimunculkan adalah image pemerintah daerah, oleh karenanya sebagai admin tetap menjalin hubungan baik dengan pengguna media sosial lain, seperti menjalin komunikasi dengan akun humas pemko/pemkab lain yang ada di Aceh. Serta merespon dengan baik setiap masukan dan komentar yang masuk dari masyarakat”. Hal ini menunjukkan bahwa humas Kota Sabang telah berupaya untuk tetap menjalin hubungan baik dengan pengguna media sosial lainnya yang ada. Yakni dengan menjalin komunikasi bersama akun media sosial

Humas kota dan kabupaten lain yang ada di Provinsi Aceh untuk meningkatkan kualitas dan penyebaran informasi serta dengan membalas komentar dan masukan dari masyarakat.

### 3.1.2. *Messages* (pesan)

*Message* (pesan) adalah isi dari informasi atau bentuk informasi yang disampaikan. Sebuah pesan informasi yang baik haruslah memenuhi beberapa hal, yakni *Condition of context* (kondisi dan isi pesan) yang disampaikan, *Clear* (kejelasan) informasi yang disampaikan, cara pengemasan pesan informasi dan juga terkait editor atau siapa yang kemudian mengemas informasi tersebut. *Condition of context* (kondisi dan isi pesan) yang disampaikan adalah hal yang terkait dengan isi pesan, maksudnya yakni apakah nantinya cocok untuk diterima atau ada relasinya dengan komunikasi serta bagaimana bentuk pesan yang disampaikan serta bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, dikatakan bahwa “informasi kami menyesuaikan dengan kondisi terkini, namun untuk menyesuaikan dengan karakter masyarakat sulit, tiap orang punya karakter yang beda-beda, mungkin bukan karakter namun dengan potensi daerah bisa jadi, sehingga tidak menyesuaikan dengan karakter masyarakat karena yang mendapat informasi bisa jadi juga masyarakat yang ada di luar Kota Sabang, namun menyesuaikan dengan kondisi, informasi terkini”. Peneliti menyimpulkan bahwa untuk informasi yang disampaikan sebenarnya lebih tepat dikatakan bukan menyesuaikan dengan karakter masyarakat, akan tetapi lebih terkait dengan kondisi daerah dan situasi serta informasi terkini. Hal tersebut dikarenakan masyarakat sendiri memiliki karakter yang beda-beda dan juga masyarakat penerima informasi juga berasal bukan hanya dari Kota Sabang namun juga berasal dari luar. Oleh karenanya informasi yang disampaikan menyesuaikan dengan arahan dari pimpinan serta kondisi daerah dan informasi terkini yang ada di masyarakat. Adapun mengenai isi pesan yang disampaikan, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, mengatakan bahwa “informasi yang disampaikan sifatnya beragam, contohnya dapat berupa promosi event pariwisata, Akan tetapi informasi lebih banyak terutama pada kegiatan pimpinan kerja sama dan kunjungan kepala daerah beserta perangkat daerah. Namun bukan berarti bahwa informasi yang disampaikan hanya seputar kegiatan pimpinan namun sifatnya beragam menyesuaikan dengan kondisi yang ada”. Peneliti kemudian menyimpulkan bahwa informasi yang disampaikan sifatnya beragam dan menyesuaikan dengan kondisi yang ada serta tidak hanya berfokus pada kegiatan pimpinan semata.

Pesan yang disampaikan juga harus dapat dikemas dengan benar terutama bagaimana bentuk pesan serta bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi tadi. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Pranata Hubungan Masyarakat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, dijelaskan bahwa “salah satu cara dalam mengemas berita yang menarik ialah Humas Kota Sabang juga menggunakan bahasa daerah dalam postingan khususnya promosi pariwisata melalui tagline dengan menggunakan Bahasa Aceh agar menarik.” Hal ini menunjukkan bahwa salah satu cara postingan yang disampaikan menarik adalah dengan menggunakan bahasa daerah maupun bahasa asing terutama dalam postingan promosi wisata. Penggunaan bahasa pun juga menyesuaikan dengan isi pesan yang disampaikan. Pranata Hubungan Masyarakat Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang juga menjelaskan bahwa upaya lain agar pesan yang disampaikan menarik bagi komunikasi yakni publikasi yang disampaikan dikemas secara unik dan menarik, yakni melalui video pendek, efek sound musik, postingan foto dalam bentuk frame poster dan spanduk digital.

Terkait bagaimana pesan informasi yang telah disampaikan oleh humas apakah menarik atau tidak, peneliti dalam hal ini juga meminta pendapat masyarakat yang menggunakan media sosial. Berdasarkan pendapat beberapa masyarakat mengenai pemahaman akan postingan,



peneliti kemudian menyimpulkan bahwa postingan humas Kota Sabang sudah menarik namun ada beberapa hal yang harus di perbaiki terutama pada bentuk postingan.

*Messages* (pesan) terutama pada publikasi informasi pemerintahan yang disampaikan juga terkait dengan *editor* atau siapa yang bertanggung jawab terhadap setiap informasi yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, dikatakan bahwa “setiap informasi yang didapat diolah di bagian humas namun sebelum disampaikan ke masyarakat informasi tadi juga akan dikonfirmasi dan diberitahukan kepada pimpinan, sehingga informasi yang disampaikan adalah sepenuhnya tanggung jawab pemerintah Kota Sabang”. Hal ini berarti bahwa setiap informasi yang disampaikan di olah terlebih dahulu di humas dan kemudian dikonfirmasi ke pimpinan sebelum diposting.

### 3.1.3. *Channel (Media)*

Media atau yang lebih dikenal dengan *channel* adalah saluran penyampaian pesan atau informasi tadi. Informasi yang disampaikan nantinya harus disampaikan kepada komunikan atau mereka yang berhak menerima informasi dan media inilah menjadi saluran penyampaiannya. Pemanfaatan media ini harus memperhatikan beberapa hal yakni diantaranya efisiensi yakni apakah media yang dipilih sudah tepat dan bagaimana kemudahan dalam mengakses media yang telah dipilih tersebut yaitu media sosial terutama akun media sosial yang digunakan tersebut.

Terkait kemudahan mengakses media terutama media sosial, maka hal ini bergantung pada kualitas dan infrastruktur jaringan dikarenakan media sosial sendiri berbasis kepada internet. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kota Sabang, dijelaskan bahwa “secara umum seluruh wilayah yang ada di Kota Sabang sudah terkover baik dengan internet, sehingga memungkinkan untuk mengakses internet tadi dan juga media sosial, namun masih ada beberapa wilayah yang belum terkover dengan baik dikarenakan masalah infrastruktur jaringan dan kondisi wilayah, tapi secara keseluruhan sudah cukup baik”. Hal ini kemudian dipertegas oleh pendapat dari Staf Bidang Penyelenggaraan *E-Government* Diskominfo Kota Sabang yang menerangkan bahwa “secara keseluruhan hampir 80 % seluruh wilayah Kota Sabang sudah terkover baik dengan internet, hal ini bisa tercapai dengan adanya program BaktiKominfo dari Kominfo yang menargetkan pembangunan internet dan jaringan telekomunikasi di daerah perbatasan. Namun tidak semuanya terkover baik dengan jaringan internet, dikarenakan masih ada beberapa gampong yang masih sulit untuk menerima jaringan dikarenakan kondisi wilayahnya yang masuk ke dalam area *blind spot*. Tercatat ada 4 Gampong yang wilayahnya belum mampu mengakses jaringan internet tadi dengan baik”. Peneliti kemudian menyimpulkan bahwa keseluruhan wilayah Kota Sabang sendiri belum lah terkover dengan baik oleh jaringan telekomunikasi sehingga kemudian masih ada beberapa gampong (desa) yang belum dapat mengakses jaringan internet dengan baik.

Media sosial dikenal sangat efisien karena mudah digunakan, oleh karenanya kemudian dipilih menjadi media penyaluran informasi. Mengenai mengapa Humas Kota Sabang kemudian memilih media sosial youtube, facebook dan instagram, berdasarkan wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang, Ady Akmal Shiddiq, S.IP mengatakan bahwa “media tadi dipilih dikarenakan media tersebut sudah lumayan familiar di masyarakat terutama media sosial facebook dan Instagram sehingga media sosial tadi kemudian dipilih untuk dijadikan media penyaluran informasi oleh humas Kota Sabang.” Yang artinya bahwa bahwa media sosial Instagram, facebook, dan youtube dipilih karena sudah dikenal dan cukup familiar oleh masyarakat.

Sasaran dari penggunaan media sosial ini adalah masyarakat Kota Sabang sehingga juga harus diketahui bagaimana kemudahan akses media tersebut. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan masyarakat pengguna media sosial di Kota Sabang dikatakan bahwa “ Untuk kemudahan akses media sosial menurut saya cukup mudah, jaringan internet yang tersedia cukup memadai untuk di wilayah tempat tinggal saya, kemudahan akses lain ke media sosial dikarenakan media ini dapat digunakan di mana saja asal tetap terhubung dengan baik ke internet. Media sosial juga menurut saya sudah tepat untuk dijadikan media penyebaran informasi dikarenakan mudah untuk diakses”. Informan masyarakat pengguna media sosial selanjutnya mengatakan “media sosial cukup mudah untuk diakses di wilayah tempat tinggalnya dikarenakan kondisi jaringan yang bagus, akses lain ke media sosial juga cukup mudah asal kan mempunyai perangkat dan akses internet. Dengan adanya akun humas Kota Sabang akan mempermudah masyarakat dalam menerima informasi karena informasi yang diposting bisa diakses kapan saja”. Informan masyarakat pengguna media sosial lainnya menjelaskan bahwa “untuk akses ke media sosial menurut saya mudah diakses bila di beberapa wilayah, namun untuk wilayah tempat tinggal saya sendiri jaringan yang ada cukup hanya untuk mengakses telepon dan SMS, sehingga untuk jaringan internet sangat lemah jikalau ada”. Berdasarkan pendapat beberapa masyarakat di atas tadi peneliti kemudian menyimpulkan untuk kemudahan akses internet sudah cukup memadai namun masih ada beberapa wilayah yang kemudian terkendala jaringan komunikasinya. Layanan internet gratis pun masih terhenti dan belum bisa difungsikan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti penggunaan fitur media sosial juga belum sepenuhnya digunakan misalnya pada akun youtube, fitur playlist video belum digunakan pada akun Humas Kota Sabang.

#### **3.1.4. Komunikasikan**

Komunikasikan yang dimaksud disini ialah masyarakat atau orang yang menerima informasi yang telah disampaikan. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan komunikasikan tadi adalah bagaimana kondisi komunikasikan, misal siapa saja dan dari mana saja pengguna yang mengakses akun humas Kota Sabang dan apakah komunikasikan yang dituju juga menggunakan media yang sama dalam mendapatkan informasi yang sifatnya publik serta bagaimana kebiasaan masyarakat atau komunikasikan ketika melakukan proses komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara pada 9 (sembilan) masyarakat Kota Sabang terkait penggunaan media sosial dan cara masyarakat dalam mencari berita dan informasi publik didapati bahwa masyarakat yang menggunakan media sosial hanya berjumlah 3 (tiga) orang dan sisanya yakni 6 (enam) orang tidak menggunakannya. Berdasarkan pendapat beberapa masyarakat mengenai kemampuan masyarakat dalam mengakses media sosial, peneliti menyimpulkan bahwa masih banyak masyarakat Kota Sabang yang belum menggunakan media sosial dan kebanyakan dikarenakan tidak memiliki perangkat yang bisa mengakses media sosial sehingga untuk komunikasi masih menggunakan telepon genggam biasa. Adapun untuk informasi dan berita terkini didapatkan dari televisi, surat kabar, dan orang sekitar. Adapun hasil wawancara terhadap informan masyarakat yang menggunakan media sosial diketahui bahwa kebanyakan media sosial yang digunakan adalah media sosial Instagram dan Youtube dan lainnya menggunakan media sosial Facebook.

Kemudian untuk melihat jangkauan komunikasikan maka kemudian peneliti menggunakan fitur *insight* yang terdapat pada aplikasi facebook dan Instagram Humas Kota Sabang. Berikut adalah data komunikasikan yang mengakses media sosial Instagram akun Humas Kota Sabang berdasarkan hasil observasi peneliti dengan memanfaatkan fitur *insight*.

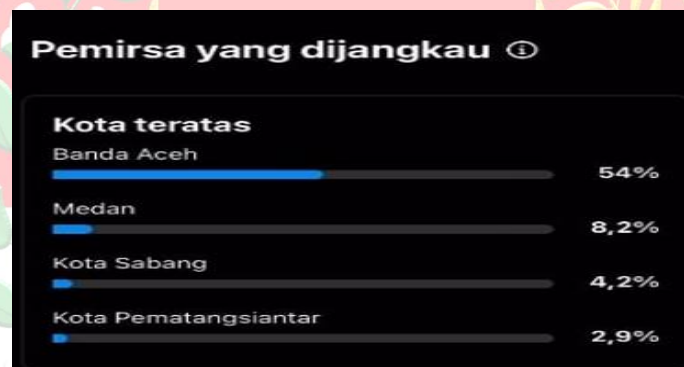
**Gambar 1.**  
**Data Komunikas Akun Instagram Kota Sabang Berdasarkan Umur**



Sumber: Humas Kota Sabang (2022)

Berdasarkan data pada gambar dapat dilihat bahwa usia komunikas yang mendominasi atau paling banyak mengakses akun Instagram berasal dari usia 25-34 tahun atau dalam kategori umur milenial.

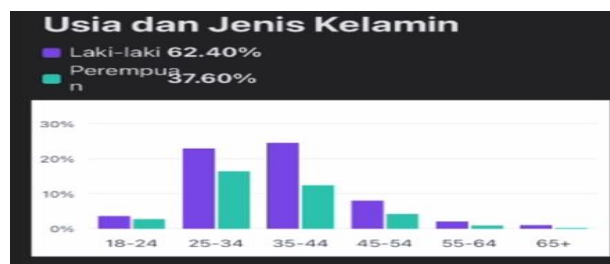
**Gambar 2.**  
**Data Komunikas Akun Instagram Kota Sabang Berdasarkan Lokasi Akses Komunikas**



Sumber: Humas Kota Sabang (2022)

Data diatas menunjukkan bahwa pengguna atau komunikas dari akun Instagram humas Kota Sabang sendiri ternyata bukan didominasi yang berasal dari Kota Sabang. Kebanyakan yang mengakses ialah berasal dari Kota Banda Aceh. Sedangkan Kota Sabang hanya berjumlah sekitar 4,2 %. Hal ini menunjukkan bahwa komunikas akun Instagram yang berasal dari Kota Sabang sangat sedikit dan bukan didominasi oleh komunikas yang berasal dari Kota Sabang.

**Gambar 3.**  
**Data Komunikas Akun Facebook Kota Sabang Berdasarkan Umur**



Sumber : Humas Kota Sabang (2022)

Terlihat pada data di gambar menunjukkan bahwa komunikasi akun facebook Humas Kota Sabang didominasi oleh genre laki-laki dengan usia terbanyak komunikasi ialah sekitar 35-44 tahun. Artinya kebanyakan yang mengakses adalah usia milenial dan usia di atas generasi milenial.

**Gambar 4.**  
**Data Komunikasi Akun Facebook Kota Sabang**  
**Berdasarkan Lokasi Akses**

Lokasi	Kota	Negara
Sabang, Aceh		928
Kota Banda Aceh, Aceh		646
Aneuk Laot, Aceh		128
Kota Medan, Sumatera Utara		70
Sigli, Aceh		68

Sumber : Humas Kota Sabang (2022)

Melalui data yang ditampilkan pada gambar, dapat kita lihat bahwa komunikasi terbanyak akun facebook Humas Kota Sabang berasal dari Kota Sabang sendiri sehingga dapat diartikan bahwa akun media sosial facebook humas Kota Sabang lebih banyak didominasi oleh pengikut dari masyarakat Kota Sabang itu sendiri. Dari beberapa hasil data terkait kondisi komunikasi akun humas Kota Sabang baik yang berasal dari akun Instagram dan facebook dapat kita lihat bahwa akun media sosial Instagram didominasi oleh komunikasi yang berumur milenial dan bukan berasal dari Kota Sabang. Sedangkan pada akun facebook dapat kita lihat bahwa komunikasi didominasi oleh generasi umur di atas usia milenial dan juga berasal dari Kota Sabang. Terkait komunikasi hal lain yang harus diperhatikan oleh Humas Kota Sabang adalah bagaimana kebiasaan komunikasi ketika berkomunikasi menggunakan media terutama media sosial. Seperti yang diketahui bahwa media sosial sifatnya luas dan dapat diakses kapan saja, termasuk informasi yang beredar didalamnya juga dapat menyebar dengan cepat tanpa diketahui sumbernya. Oleh karenanya hal ini dapat memunculkan informasi yang berupa berita bohong (hoaks) di kalangan masyarakat yang menggunakan media sosial tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Diskominfo Kota Sabang dan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang Humas Kota Sabang dan Diskominfo Kota Sabang telah berupaya dalam meluruskan informasi yang tidak benar di masyarakat, walaupun tidak dikatakan sepenuhnya efektif dikarenakan masih ada masyarakat yang tidak mempunyai akses ke media sosial sehingga kemudian Diskominfo Kota Sabang kemudian berinisiatif membentuk Kelompok Informasi Gampong (KIG) dalam menyebarkan informasi yang benar pada masyarakat yang tidak mempunyai akses tadi.

### 3.1.5. Timbal Balik

Timbal balik atau yang sering disebut dengan *feedbacks* adalah tahap akhir dalam proses komunikasi dimana pada tahap ini si komunikasi atau yang menerima informasi memberikan tanggapan terhadap informasi yang diterimanya dan kemudian si komunikator akan kembali memberikan reaksi atau tanggapan sehingga terjadinya komunikasi. Adapun indikator yang menyangkut dengan timbal balik tadi diantaranya adalah kognitif atau bagaimana pemahaman komunikasi terhadap informasi yang disampaikan, *Public and personal opinion* atau komentar komunikasi terhadap informasi yang diberikan, *Citizens Conduct* (perilaku warga) atau

bagaimana reaksi masyarakat setelah adanya akun media sosial milik pemerintah, dan Respon dan komentar pemerintah terhadap komentar masyarakat di media sosial. Kognitif atau pemahaman komunikasi terhadap informasi yang diberikan. Mengenai hal tersebut peneliti kemudian menanyakan langsung dengan melakukan wawancara pada informan masyarakat yang merupakan pengguna media sosial dan merupakan pengikut akun humas Kota Sabang. Berdasarkan hasil wawancara peneliti mendapati bahwa untuk postingan informasi yang dipublikasikan dapat dimengerti dengan baik dan dipahami oleh masyarakat terlebih pada setiap postingan diberikan penjelasan singkat dibawahnya maupun yang penjelasannya *include* pada gambar. Namun, ada penyampaian yang masih kurang dipahami dengan baik seperti misalnya bahasa Indonesia yang kurang familiar maupun yang sulit untuk dipahami dan juga postingan yang penjelasannya pada gambar masih sulit untuk dimengerti karena tidak adanya penjelasan lanjut. Indikator selanjutnya ialah *Public and personal opinion* atau komentar komunikasi terhadap informasi yang diberikan. Hal ini penting diperhatikan juga untuk melihat bagaimana respon dari komunikasi mengenai informasi yang disampaikan. Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti didapati bahwa informasi yang diposting mendapat komentar dari komunikasi sehingga komunikasi disini dapat dikatakan menyimak serta memahami informasi yang disampaikan dengan baik. Dapat dilihat juga bahwa komentar yang diberikan oleh masyarakat juga bernada positif dan ada beberapa komentar yang berupa saran dan masukan kepada pemerintah Kota Sabang. Namun secara keseluruhan bentuk komentar yang disampaikan adalah pujian dan bernada positif.

Berkaitan dengan komentar dan masukan dari masyarakat maupun pengguna sosial, maka hal yang juga termasuk dalam indikator timbal balik yaitu *Citizens Conduct* (perilaku warga) atau bagaimana sikap masyarakat setelah adanya akun media sosial yang mengatasnamakan pemerintah seperti akun Humas Kota Sabang tadi seperti misalnya menjadikan akun humas pemerintah sebagai sarana menyampaikan aspirasi. Mengenai hal ini, peneliti kemudian melakukan wawancara dengan informan masyarakat pengguna media sosial dan pengikut akun Humas Kota Sabang. Berdasarkan pendapat beberapa masyarakat mengenai cara masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, peneliti menyimpulkan masih ada masyarakat yang belum menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam penyampaian saran dan aspirasi dan lebih memilih untuk kemudian disampaikan pada masyarakat dan orang sekitar.

Indikator selanjutnya dari timbal balik, yakni responsif. Responsif disini ialah terkait apakah setiap respon dan komentar yang diberikan oleh masyarakat tersebut dibalas balik oleh akun humas Kota Sabang. Tujuannya adalah agar masyarakat kemudian mendapat layanan balasan balik sekaligus menandakan bahwa humas Kota Sabang telah menerima komentar maupun aduan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang dikatakan bahwa “kami dari humas akan tetap menampung dan menjawab setiap informasi, saran, dan aspirasi atau pendapat dari masyarakat apapun itu, dan akan kami teruskan ke dinas terkait apabila informasi tersebut perlu dan sifatnya harus disegerakan. Namun, tidak semua informasi kami terima, akan kami saring terlebih dahulu”. Humas Kota Sabang akan membalas dan menjawab setiap informasi yang disampaikan oleh masyarakat dan akan diteruskan kepada instansi terkait apabila sifatnya harus dan memang perlu disegerakan. Humas Kota Sabang juga akan melakukan seleksi terlebih dahulu terhadap komentar dan aduan tersebut sehingga informasi yang diterima dan direspon adalah yang sifatnya benar-benar serius dan benar dalam menyampaikan komentar dan aduan. Berdasarkan hasil observasi didapati juga bahwa Humas Kota Sabang membalas pesan masuk dari masyarakat yang melalui pesan pribadi instagram, akan tetapi pada kolom komentar masih lumayan banyak aduan dan saran dari masyarakat yang belum dibalas sama sekali oleh Humas Kota Sabang sehingga hal ini kemudian harus lebih diperhatikan oleh Bagian Humas Protokol

dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang demi mengoptimalkan pelayanan informasi publik kepada masyarakat Kota Sabang khususnya.

### **3.2. Strategi Pemanfaatan Media Sosial Yang Tepat Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintahan Pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang**

Pada penelitian ini peneliti kemudian menetapkan strategi sebagai sebuah output (*keluaran*) dari penelitian yang dimana tujuannya adalah bagi pengembangan organisasi kedepannya dalam memberikan pelayanan. Strategi pemanfaatan media sosial yang tepat akan berguna bagi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan kedepannya dalam memberikan layanan informasi dan komunikasi kepada masyarakat Kota Sabang khususnya. Adapun dalam menentukan strategi maka peneliti kemudian memilih Analisis SWOT oleh Rangkuti (Rangkuti,2013). Berkaitan dengan penelitian ini, segala kelebihan dan kekurangan dari pemanfaatan media sosial tersebut tentunya sangat memengaruhi efektivitas pemanfaatan media sosial dalam memberikan layanan informasi secara keseluruhan. Sehingga perlu dilakukan analisis strategi dalam menjamin keberhasilan pelayanan informasi publik melalui pemanfaatan media sosial tersebut. Peneliti pun kemudian membuat matriks SWOT untuk mendapatkan strategi SO, WO, ST dan WT. Kemudian hasil tersebut diuji menggunakan Tes Litmus untuk kemudian mengetahui strategi mana dari empat tersebut yang harus diprioritaskan.

Peneliti kemudian setelah mengidentifikasi isu-isu strategi maka selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap isu yang telah dibuat menggunakan test *Litmust*. Tes ini bertujuan untuk menilai isu mana yang menjadi prioritas utama sehingga dengan demikian, kita dapat mengetahui tingkat kestrategisan masing-masing isu. Tes ini terdiri dari 13 (tiga belas) pertanyaan dan masing-masing jawaban pertanyaan memiliki skor penilaian untuk uji test *Litmust* sebagai berikut:

- 1) Skor 1 dengan rentang total skor antara 13-20 dikategorikan sebagai isu kurang strategis;
- 2) Skor 2 dengan rentang total skor antara 21-29 dikategorikan sebagai isu cukup strategis;
- 3) Skor 3 dengan rentang total skor antara 30-39 dikategorikan sebagai isu sangat strategis.

Isu yang benar-benar strategis menjadi isu prioritas yakni yang memiliki skor tinggi pada semua dimensi, sedangkan isu yang operasional adalah isu yang memiliki skor rendah pada semua dimensi yang dimana pada pengujiannya menggunakan 13 pertanyaan pada masing-masing isu (Bryson,2005). Adapun responden dalam uji *Litmus* ini ialah Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang. Berdasarkan hasil tes litmus yang telah dilakukan maka disusun skala prioritas berdasarkan total skor sehingga didapatkan skala prioritas masing-masing strategi yang kemudian disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 2.**  
**Susunan Prioritas Isu Strategis**  
**Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintahan Pada**  
**Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang**

No.	Isu Strategis	Skor	Tingkat Prioritas
1	2	3	4
1.	Pengembangan infrastruktur layanan melalui peningkatan anggaran pengadaan	35	Sangat Strategis
2.	Meningkatkan kualitas SDM operator dengan memberi kesempatan untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan yang tersertifikasi.	33	Sangat Strategis
3.	Pengembangan kualitas layanan dengan memanfaatkan fitur penunjang pada aplikasi media sosial yang digunakan.	32	Sangat Strategis
4.	Memberikan ruang pengaduan untuk kritik dan saran dari pengguna media sosial serta masyarakat dalam rangka peningkatan layanan.	30	Sangat Strategis
5.	Melaksanakan pengecekan rutin akun media sosial Humas secara berkala	30	Sangat Strategis
6.	Memanfaatkan dukungan dari pemerintah untuk menarik minat masyarakat dalam mengakses informasi melalui media sosial akun Humas	29	Cukup Strategis
7.	Kerja sama dengan pihak lain dibidang informasi publik dalam mencapai komunikasi yang tepat.	29	Cukup Strategis
8.	Memanfaatkan kemudahan masyarakat dalam melakukan aduan dan masukan sebagai program inovasi pelayanan melalui media sosial.	28	Cukup Strategis
9.	Membuat Poling singkat melalui media sosial terkait Kepuasan Masyarakat untuk mengetahui minat dari masyarakat serta pengguna sosial untuk menggunakan layanan informasi Humas.	28	Cukup Strategis
10.	Pemerintah meningkatkan dukungan dan pengawasan terhadap jalannya layanan informasi melalui media sosial	27	Cukup Strategis

Sumber: Diolah penulis (2022)

Dari tabel total skor maka, penulis memperoleh hasil bahwa setiap strategi yang diajukan memiliki tingkat prioritas dengan predikat sangat strategis hingga cukup strategis sehingga peneliti mengurutkan strategi berdasarkan urutan analisis SWOT sehingga perlu kemudian bagi Bagian Protokol dan Komunikasi untuk mengadopsi strategi diatas. Diharapkan strategi tersebut tersebut dapat menjadi menjadi acuan bagi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik khususnya di Kota Sabang melalui Pemanfaatan Media Sosial.

### 3.3. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang membawa dampak baik terhadap pemberian layanan informasi di masyarakat Kota Sabang khususnya. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Kota Sabang sendiri telah melakukan upaya adaptif dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik. Hal ini sejalan dengan temuan Yosol Iriantara (Iriantara, 2018). Pemanfaatan media sosial yang dilakukan pun juga memperhatikan kualitas konten, bahasa yang digunakan serta upaya timbal balik dengan membalas komentar masyarakat atau pengguna media sosial yang ada sehingga informasi yang disampaikan tetap menarik bagi masyarakat atau pengguna sosial lainnya, layaknya temuan Mohammad Ribhul Azeem, dan Ahmad Toni (Azeem & Toni, 2018). Namun, ada beberapa fitur penunjang kualitas publikasi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan pada akun media sosial Humas Kota Sabang terutama pada akun youtube dimana fitur *playlist* belum digunakan. Artinya ini akan berdampak pada kualitas konten yang berisi informasi publik tadi sehingga akan menyebabkan kurangnya minat masyarakat atau pengguna media sosial untuk melihatnya sesuai dengan hasil penelitian Kurniati, Muhammad Munir, Lilik Hamidah, dan Annisa Shah Rizky (Kurniati dkk, 2020).

Layaknya program lainnya, pemanfaatan media sosial ini juga masih memiliki beberapa kekurangan, diantaranya adalah kesiapan masyarakat dan sarana pendukung akses internet dan media sosial yang belum maksimal, salah satunya dikarenakan oleh faktor infrastruktur pendukung jaringan internet dikarenakan media sosial sendiri adalah aplikasi berbasis internet. Selain itu juga terkendala kemampuan masyarakat dalam mengakaes media sosial seperti kepemilikan perangkat media sosial oleh masyarakat yang masih belum banyak. Sehingga, hal ini kemudian juga menjadi catatan bagi pemerintah dimana bahwa setiap kebijakan dan inovasi yang dimana layanan utamanya kepada masyarakat juga harus dibarengi dengan perencanaan yang matang sehingga hasil yang dicapai juga maksimal dikarenakan telah direncanakan dengan baik terlebih dahulu sebelumnya, yakni misal dengan melihat terlebih dahulu bagaimana faktor kesiapan dan kemampuan masyarakat dalam menggunakan serta mengakses layanan yang diberikan. Adanya layanan informasi publik melalui media sosial kemudian diharapkan selain menjadi bukti bahwa Humas Kota Sabang telah menyadari perubahan gaya komunikasi publik di era globalisasi juga menjadi salah satu upaya agar masyarakat kemudian tetap mendapatkan layanan berupa informasi publik yang aktual sehingga terhindar dari penyebaran berita bohong. Pemanfaatan media sosial ini juga menjadi sarana baru bagi masyarakat dalam memberikan masukan dan aduan melalui akun media sosial pemerintah tadi.

### 3.4. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa ada sebuah inovasi yang kemudian dibuat oleh Diskominfo Kota Sabang dikarenakan penyebaran informasi melalui media sosial tentu tidak merta dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dikarenakan ada masyarakat yang tidak memiliki akses ke media tersebut. Namun, pihak Diskominfo Kota Sabang telah berupaya untuk mengatasi hal tersebut dengan membentuk Kelompok Informasi Gampong (KIG). KIG sendiri adalah sebuah wadah penyampaian informasi ke masyarakat dan telah dibentuk di tiap-tiap gampong yang ada di Kota Sabang. Anggota dari KIG ini sendiri dipilih oleh pihak Gampong yang dimana fungsinya adalah menyampaikan informasi maupun sebagai wadah penyalur aspirasi masyarakat kepada pemerintah. Bentuk informasi yang disampaikan oleh KIG berupa isu-isu terbaru, misal informasi BPJS, Narkoba, penyebaran informasi mengenai Covid-19 sehingga masyarakat tetap akan mendapat informasi yang akurat



dari adanya KIG ini, namun pembentukan KIG ini terkendala anggaran terutama pada masa Covid-19 ini.

#### IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang sebagai sarana komunikasi pemerintahan belum sepenuhnya dikatakan berjalan efektif dikarenakan dari penelitian yang dilakukan peneliti terlihat masih kurangnya kesiapan sarana dan prasarana pendukung terpenuhinya akses jaringan yang bisa mendukung masyarakat dalam menjangkau ke media sosial sehingga masih banyak masyarakat yang belum bisa kemudian mengakses media internet dikarenakan kendala jaringan tadi. Hal lain yang kemudian menyebabkan pemanfaatan media sosial ini belum berjalan sebagai komunikasi yang efektif adalah publikasi konten masih belum menjangkau semua masyarakat Kota Sabang, model dan bentuk postingan yang masih belum dapat dipahami dengan baik oleh beberapa masyarakat, masih adanya komentar, respon dari masyarakat baik yang berupa aduan maupun aspirasi dan saran yang belum/tidak dibalas, belum dijadikannya media sosial sebagai sarana utama oleh masyarakat dalam memperoleh informasi, keberadaan akun media sosial Kota Sabang sebagai komunikator/pemberi informasi publik yang belum diketahui oleh beberapa masyarakat, serta komunikasi yang hendak dicapai masih belum tepat sasaran. Pemanfaatan media sosial juga berjalan kurang maksimal, yakni terkait kesiapan masyarakat agar mampu mengakses media informasi tersebut dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum bisa mengakses media sosial dikarenakan tidak memiliki perangkat akses.

Peneliti lalu membuat rancangan bagaimana strategi yang tepat dalam pemanfaatan media sosial oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Sabang hingga didapatkan beberapa strategi yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan informasi publik melalui media sosial di Kota Sabang kedepannya.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian.

**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 program pemanfaatan media sosial di Kota Sabang untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Diskominfo Kota Sabang beserta jajarannya dan juga kepada Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

#### VI. DAFTAR PUSTAKA

Bryson, J.M. 2005., "*What to Do When Stakeholders Matters: Stakeholders Identification and Analysis Technique*" Vol.23, Public Management review USA: Taylor and Francis Ltd.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Ustiawaty, R. A. F. J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Ria Rahmatul Istiqomah. (2015). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Iriantara, Y. (2018). *Humas Pemerintah 4.0*. Media Nusantara, 13-26.
- Kurniati, M. M. (2020). *Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 5, No. 1, 78-95.
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government*. New Zealand: Springer.
- Mohammad Ribhul Azeem, A. T. (2018). *Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial*. *Jurnal Komunikasi*, Vol.10, No.2.
- Nurnisya, A. N. (2016). *Pemanfaatan Digital Public Relation (PR) dalam sosialisasi tagline jogja istimewa oleh humas pemerintah Kota Yogyakarta*. *Jurnal Aristo* Vol 4 No.1.
- Purworini, D. (2014). *Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori Di Pemd Sukoharjo*. *KomuniTi*, Vol. VI, No. 1
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*.
- Schramm, W., & Roberts, F. Donald. (1971). *The Process and Effects of Mass Communication*. North Carolina: University Of Illinious Press.
- Surya Nepal, Cecile Paris, D. G. (2016). *Social media for government: Theory and practice*. *Social Media for Government: Theory and Practice*. Melbourne: Springer.=
- Syahrum, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CitaPustaka Media.