

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* SEBAGAI LAYANAN  
INFORMASI PEMERINTAHAN PADA DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA  
DAN STATISTIK KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Wildan Mochamad Sepdiansyah

NPP. 29.0707

*Asdaf Kota Cimahi, Provinsi Jawa Barat*

*Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan*

E-mail: [wildanmochs99@gmail.com](mailto:wildanmochs99@gmail.com)

**ABSTRACT**

**Problem/Background (GAP):** *The author focuses on the problem of the lack of public interest in government information conveyed through Instagram social media. Objective:* *The purpose of this study is to describe the use of social media Instagram as a government information service by the Department of Communication, Information and Statistics, West Bandung Regency. Methods:* *This study uses a descriptive qualitative research method with an inductive approach. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The steps of data analysis are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Results/Findings:* *The findings obtained by the author in this study are based on Thomas D Wilson's theory, namely the implementation of delivering government information through Instagram social media is quite good, although there are still some content that is still less interesting and the public's knowledge of Instagram social media is still low. Conclusion:* *The use of Instagram social media as a government information service has been going well, this is because the information conveyed by Diskominfotik through Instagram social media can be accepted by the public. In addition, the public can submit complaints or opinions to the government through the features available on Instagram social media.*

**Keywords:** *Information Submission, Instagram, Utilization of Instagram Social Media*

**ABSTRAK**

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Penulis berfokus pada permasalahan kurangnya minat masyarakat terhadap informasi pemerintahan yang disampaikan melalui media sosial Instagram. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial *Instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun Langkah-langkah analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan:** Temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini berdasarkan teori Thomas D Wilson ini yaitu pelaksanaan penyampaian informasi pemerintahan melalui media sosial Instagram sudah tergolong baik, meskipun masih ditemukan beberapa konten yang masih kurang menarik serta masih rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap media sosial *Instagram*. **Kesimpulan:** Pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan telah berjalan dengan baik, hal ini dikarenakan informasi yang disampaikan oleh Diskominfotik melalui media sosial *Instagram* dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu,

masyarakat dapat menyampaikan keluhan atau pendapat kepada pemerintah melalui fitur yang tersedia pada media sosial *Instagram*.

**Kata Kunci:** *Instagram*, Pemanfaatan Media Sosial *Instagram*, Penyampaian Informasi

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), terutama internet, telah merevolusi kehidupan manusia. Perkembangannya berjalan secara pesat menyebar ke berbagai sektor termasuk sektor pemerintahan dan menjadikan sistem pola jaringan menjadi semakin efisien. Peningkatan jumlah pengguna internet ini tentunya merupakan hal yang baik mengingat pada era globalisasi ini internet menjadi hal yang diperlukan. Terjadinya peningkatan ini memacu pemerintahan Indonesia menuju transformasi digital yang dalam prosesnya memanfaatkan teknologi dalam jaringan internet guna penyelenggaraan pemerintahan berbasis elektronik atau *Electronics Government (e-Government)*. Penerapan e-Government dapat mendukung dan meningkatkan kinerja pemerintah menjadi lebih efektif dan efisien terutama dalam memberikan pelayanan publik. Salah satu solusi yang diperlukan adalah keterpaduan sistem penyelenggaraan pemerintah melalui jaringan sistem informasi *online* antar instansi pemerintah baik pusat maupun daerah untuk mengakses seluruh data dan informasi. Internet bermanfaat untuk menunjang kegiatan masyarakat dalam berkomunikasi maupun membantu pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Alat komunikasi yang digunakan untuk mengakses internet yaitu *smartphone*, dengan menggunakan *smartphone* internet dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat dan pemerintah dapat menyampaikan informasi dengan cepat. Salah satu kemudahan dari pemanfaatan internet pada *smartphone* dalam penyampaian informasi yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial merupakan perkembangan dari teknologi berbasis internet yang dimanfaatkan karena kemudahannya dalam berkomunikasi dan berbagi informasi. Pemanfaatan media sosial untuk implementasi e-government dapat menciptakan layanan informasi pemerintahan yang lebih efektif dan efisien karena sifat media sosial yang interaktif memungkinkan masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan pemerintah, media sosial dapat membuat jangkauan penyebaran informasi lebih luas dan menciptakan pemerintahan yang terbuka dan transparan. Salah satu media sosial yang sering dan banyak digunakan pada saat ini yaitu *instagram*. *Instagram* menjadi salah satu platform utama bagi pemerintah untuk memberikan layanan informasi pemerintahan, karena pada saat ini *instagram* adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dan jumlah penggunanya yang terus meningkat. Fenomena terkait Penggunaan

Media Sosial *Instagram* sebagaimana yang telah dikemukakan diatas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik guna memberikan Layanan Informasi Pemerintahan di Kabupaten Bandung Barat.

## **1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil**

Akun *Instagram* Diskominfo Bandung Barat dengan nama *@diskominfo* memiliki *followers* sekitar 1.783 *followers* serta memposting sekitar 586 konten dalam bentuk foto maupun video. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun *Instagram* Diskominfo memiliki *followers* yang masih rendah sehingga informasi yang disampaikan tidak sampai kepada seluruh masyarakat serta kurangnya responsif dan partisipasi aktif masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh Diskominfo. Selain itu, di Kabupaten Bandung Barat sendiri sudah mulai banyak pengguna *Instagram*, namun pengetahuan masyarakat dalam menggunakan media sosial *Instagram* masih belum dikatakan mahir. Pengetahuan masyarakat mengenai akun-akun *Instagram* perangkat daerah yang ada di Kabupaten Bandung Barat masih kurang. Masyarakat hanya mengetahui segala Informasi mengenai pemerintahan Diskominfo yang menanganinya.

## **1.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, Penelitian Anisa Putri Pratiwi dan Muhammad Sufyan Abdurrahman (2020) berjudul Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung Dalam Masa Pandemi Covid-19 menemukan bahwa Strategi pengelolaan media sosial Humas Pemkot Bandung menggunakan strategi pengelolaan media sosial dengan perencanaan, pengawasan, dan optimalisasi yang tepat sehingga informasi yang disebarluaskan dapat diterima oleh masyarakat. Penelitian Muh Ilmah Haqqani (2019) berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Bhabinkamtibmas guna Mengantisipasi Penyebaran *Hoax* Pemilu 2019 di Polres Banyumas menemukan pemanfaatan media sosial instagram yang digunakan oleh Bhabinkamtibmas dalam mengantisipasi penyebaran hoax pemilu 2019 di Polres Banyumas belum berjalan sesuai harapan karena kurangnya penguasaan materi yang dimiliki petugas bhabinkamtibmas. Perlunya peningkatan dengan memenuhi unsur teori ilmu komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat berjalan dengan yang diharapkan. Penelitian Lizzatul Farhatiningsih dan Irwansyah (2020) berjudul Optimalisasi Penggunaan Instagram Dalam Praktik Kehumasan Pemerintah menemukan bahwa kinerja humas pemerintah membutuhkan kecepatan dalam menyampaikan informasi dan responsif terhadap

keluhan masyarakat. Dengan menggunakan instagram dapat membantu humas dalam menyampaikan informasi. Instagram memungkinkan interaksi yang lebih efektif. Dengan begitu humas dapat melakukan interaksi dengan lingkungan eksternal secara dua arah. Sehingga, pemerintah dapat berkomunikasi dengan masyarakat secara efektif dan efisien. Penelitian M.Mifta Farid dan Muhammad Ari Revaldo (2021) menemukan Penyebarluasan informasi pembangunan kepada masyarakat melalui media sosial resmi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyuasin berjalan efektif dan efisien. Informasi terbaru yang dibagikan oleh pemerintah Kabupaten Banyuasin melalui media sosial dapat diakses kapanpun oleh masyarakat. Penelitian Andrian Dwi (2020) menemukan Penggunaan media sosial Instagram dalam digital produk umroh yang dilakukan oleh PT. Jejak Imani Berkah Bersama sudah dapat dikatakan optimal. Terdapat tiga tahapan dalam pengelolaan media sosial Instagram PT. Jejak Berkah Bersama yaitu tahap perencanaan, tahap aktivasi, dan tahap optimalisasi. Kemudian ada beberapa kendala yang dialami PT. Jejak Imani Berkah Bersama dalam penggunaan media sosial Instagram yaitu keterbatasan durasi video yaitu hanya 60 detik dan keterbatasan jumlah foto yaitu hanya 10 foto yang dapat diunggah untuk satu kali unggah di feed Instagram.

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

Pada penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu adanya meneliti mengenai pemanfaatan media social *Instagram* dalam menyampaikan informasi. Namun perbedaannya disini yaitu fokus penelitian dan subjek yang diteliti, pada penelitian terdahulu membahas tentang penyebaran informasi mengenai pemasaran produk. Sedangkan pada penelitian yang dibahas oleh peneliti lebih memfokuskan penyampaian informasi pemerintahan melalui media sosial *Instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat.

#### **1.5 Tujuan**

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan media sosial *instagram* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik sebagai layanan informasi pemerintahan di Kabupaten Bandung Barat, yang selanjutnya dideskripsikan untuk memperoleh informasi atau proses melalui proses pengorganisasian, proses pengolahan

informasi, dan proses penyampaian informasi mengenai pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan.

## **II. Metode**

Pada kegiatan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan induktif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil observasi peneliti memperoleh data berupa informasi yang disampaikan dan respon masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh media sosial *instagram* tersebut. Dari hasil wawancara peneliti memperoleh informasi mengenai bagaimana proses pengorganisasian, proses pengolahan informasi, dan proses penyampaian informasi yang dilakukan Diskominfo dalam pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan didasarkan atas pandangan, pendapat, persepsi, pengetahuan, pengalaman, dan respon dari para informan yang terdiri dari Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi Publik, dan Masyarakat Kabupaten Bandung Barat yang menjadi *followers Instagram @diskominfo*. Dalam dokumentasi peneliti mendokumentasikan bukti fisik atau *evidence* terkait informasi yang disampaikan, respon dari masyarakat dalam menanggapi informasi tersebut serta interaksi yang ada di media sosial *instagram*. Peneliti juga menggunakan data sekunder untuk melengkapi data lain yang berasal baik dari jurnal, undang-undang maupun literatur-literatur lainnya seperti RPJMD 2005-2025, RPJMD 2019-2024, Renstra Diskominfo 2019-2024, LKJ Diskominfo, RKT 2021, Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 29 Tahun 2019.

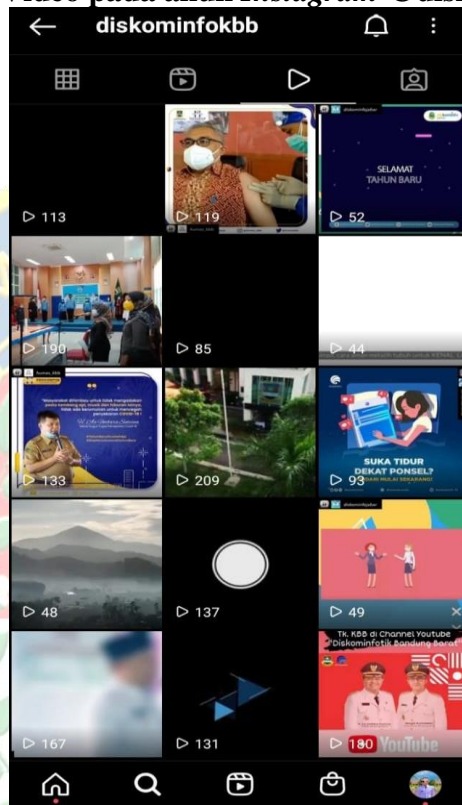
## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Pengorganisasian Dalam Pemanfaatan Media Sosial *Instagram***

Diskominfo menetapkan, menggolongkan, dan mengatur berbagai macam kegiatan, menetapkan tugas-tugas pokok, serta pendelegasian wewenang oleh pimpinan kepada staf guna mencapai tujuan yaitu pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai layanan informasi pemerintahan. Fungsi dilakukannya pengorganisasian merupakan untuk memadukan atau disebut dengan sinkronisasi untuk mengatur semua kegiatan yang ada kaitannya dengan personil, finansial, materil, dan tata cara dalam pemanfaatan media sosial *instagram*. Akun *instagram* Diskominfo dikelola oleh admin yang merupakan salah satu staf di Seksi Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo. Pemanfaatan media sosial *instagram* Diskominfo menggunakan verifikasi berlapis karena informasi yang akan disampaikan

kepada masyarakat harus akurat agar pesan yang ingin disampaikan diterima dengan baik oleh masyarakat serta menghindari atau meminimalisir penyalahgunaan atau penyimpangan dalam penyampaian informasi. Untuk sampai saat ini peran Diskominfo terkait pemanfaatan media sosial *instagram* berjalan dengan efektif karena sekarang Diskominfo mengupayakan untuk menyampaikan informasi melalui *instagram* dan media sosial lainnya.

**Gambar 3. 1**  
**Informasi Video pada akun *Instagram* @diskominfo**



Sumber: Akun *Instagram* @diskominfo

Gambar diatas merupakan salah satu contoh penyampaian informasi melalui akun *Instagram* Diskominfo menggunakan media visual atau video. Hal tersebut menunjukkan strategi Diskominfo dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melalui akun *instagram* dilakukan dengan beberapa tahap. Tahap pertama dalam upaya agar pesan yang dirancang mampu menarik minat masyarakat, Diskominfo secara rutin mengagendakan pertemuan atau rapat, monitoring, dan evaluasi dimana dalam hal tersebut akan dilakukan pembahasan mengenai informasi apa saja yang akan disajikan, melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk mencari tahu apa yang perlu disampaikan kepada masyarakat baik itu berupa penyebarluasan informasi, hal-hal apa yang sedang banyak diperbincangkan, pesan apa yang sedang ingin dihimbau serta apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Tahap kedua dalam hal strategi pelayanan informasi melalui *instagram*, pesan yang dirancang baik tulisan

maupun gambar diusahakan mampu menarik masyarakat, pilihan-pilihan warna yang menarik, kemudian informasi yang disampaikan harus sesuai sasaran, serta berusaha menggabungkan antara infografis dan videografis agar masyarakat tidak jenuh. Pesan yang akan disampaikan melalui media sosial *instagram* adalah berupa pesan seputar aktivitas, kegiatan, program kerja Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, serta hal lainnya bisa berupa kegiatan pelayanan, informasi seputar pariwisata, dan aplikasi baru untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses aplikasi tersebut.

### 3.2 Proses Pengolahan Informasi

Kriteria informasi yang dikelola dan diorganisasikan oleh Diskominfo melalui media sosial *instagram* guna memberikan layanan informasi pemerintahan harus memperhatikan aspek dari segi bahasa, teks atau tulisan, dan konten visual yang digunakan. Selain itu, optimalisasi pengelolaan media sosial *instagram* Diskominfo juga dilakukan melalui agenda *setting* yang diperoleh dari kegiatan evaluasi pemantauan secara berkala tiap bulannya agar informasi yang disampaikan menarik bagi masyarakat sebagai penerima informasi.

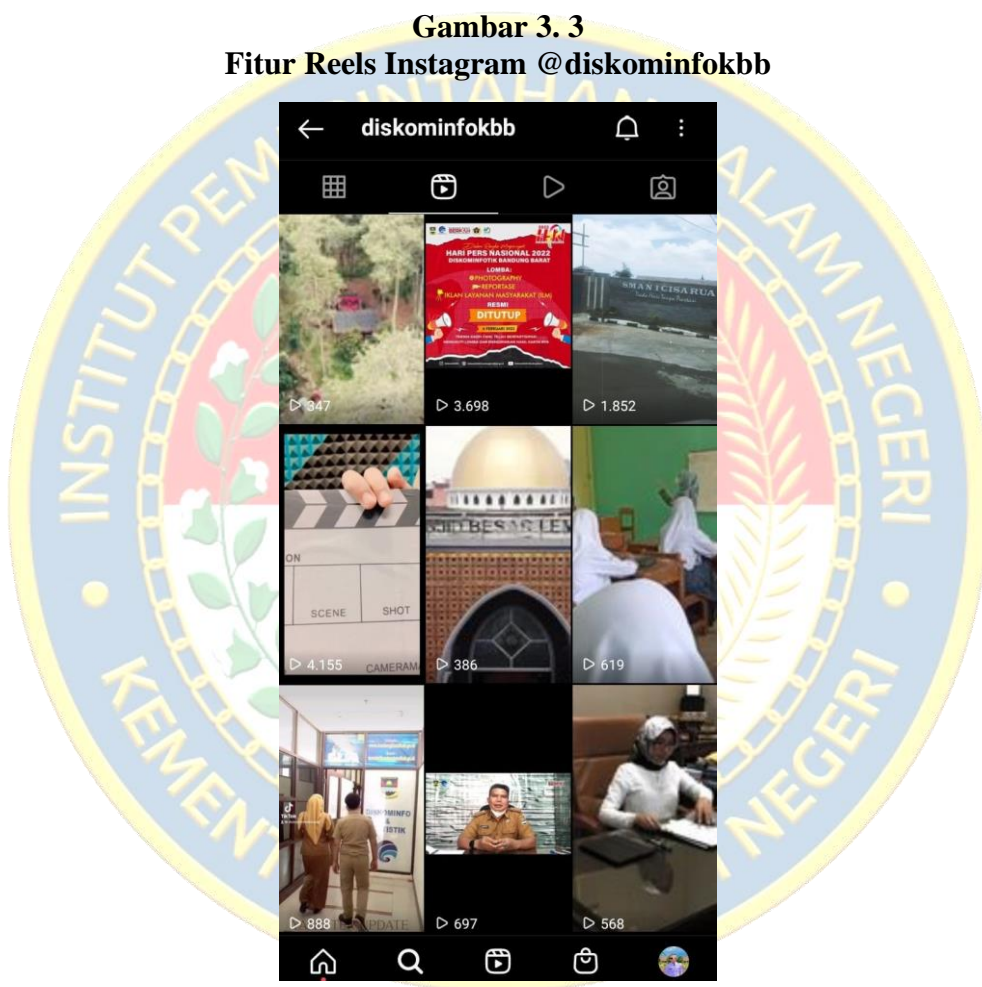
**Gambar 3.2**  
**Informasi pada akun *Instagram* @diskominfo**



Sumber: Akun *Instagram* @diskominfo

Gambar diatas merupakan salah satu contoh informasi yang disampaikan oleh Diskominfotik melalui *postingan* akun *instagram* @diskominfokbb. Mekanisme pemanfaatan media sosial *instagram* yang dikelola Diskominfotik mengutamakan memposting informasi berupa gambar atau video dengan mempertimbangkan jenis informasi, kualitas informasi, pemberian *hashtag* yang tepat, serta *caption* yang ideal sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal tersebut ditentukan dengan pengemasan pesan yang dibuat oleh akun *Instagram* @diskominfokbb yang kemudian disampaikan kepada *followers* sehingga dapat dipahami isi pesan yang disampaikan.

**Gambar 3. 3**  
**Fitur Reels Instagram @diskominfokbb**



Sumber: akun Instagram @diskominfokbb

Informasi atau pesan yang menarik dapat ditentukan melalui desain postingan dari kualitas pesan. Semakin menarik desain yang dibuat maka akan semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk membaca isi pesannya. Gambar diatas menunjukkan bahwa akun @diskominfokbb memyampaikan informasi melalui desain video. Hal tersebut berguna agar masyarakat tidak jenuh dengan postingan yang disampaikan akun Instagram @diskominfokbb melalui foto.



**Gambar 3. 4**

**Fitur *Stories* Akun *Instagram* @diskominfokbb**



Sumber: Akun *Instagram* @diskominfokbb

Gambar diatas merupakan penyampaian informasi oleh akun *Instagram* @diskominfotik melalui fitur *stories*. Hal tersebut merupakan inovasi yang dilakukan Diskominfotik dalam menyampaikan informasi melalui fitur yang dimiliki *Instagram* agar dapat menarik perhatian serta memudahkan masyarakat dalam menerima informasi yang disampaikan. Selain itu dengan menggunakan fitur *stories* masyarakat dapat memberikan argumen atau pesan mengenai informasi yang disampaikan melalui kolom pesan yang ada di fitur tersebut. Sehingga komunikasi publik antara pemerintah dan masyarakat dapat berjalan dengan mudah dan efektif.

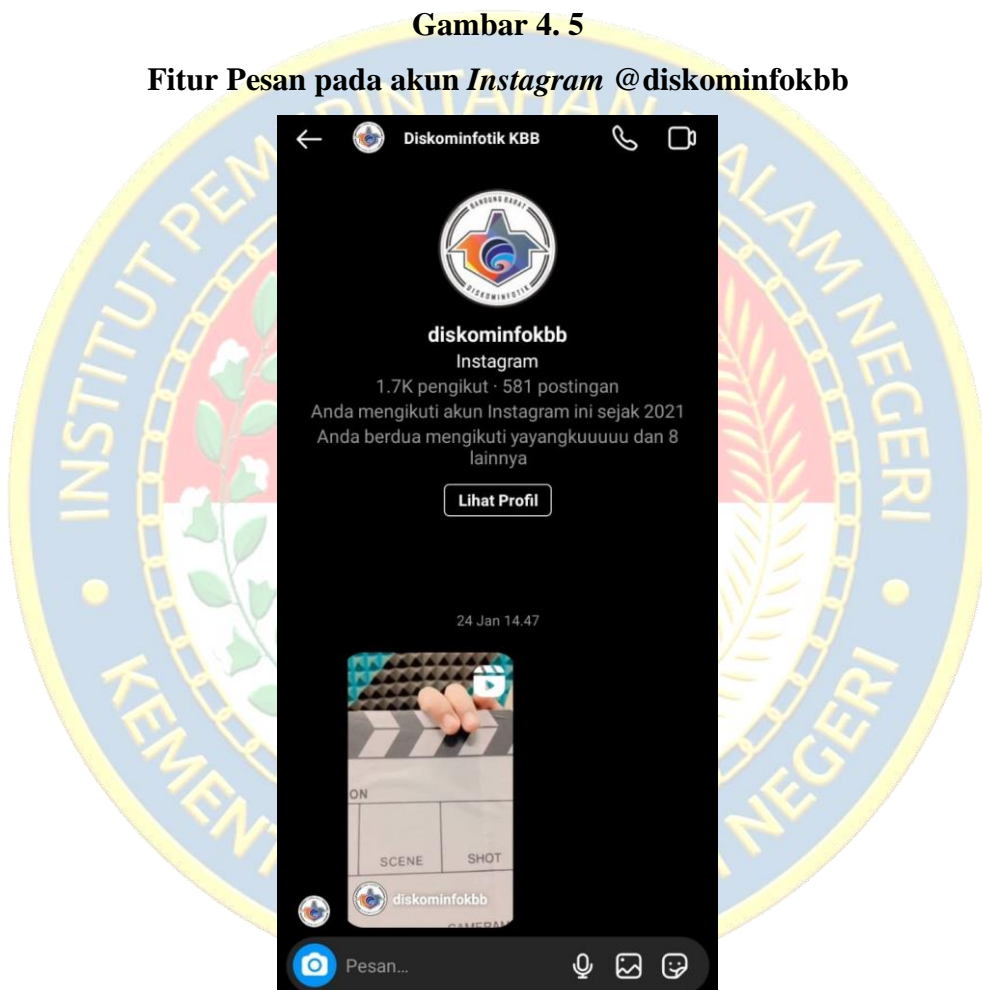
### **3.3 Proses Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat**

Dari fakta atau data yang telah diolah menjadi informasi yang bermanfaat belum bisa dikatakan dapat diterima oleh penerima informasi. Hal tersebut dikarenakan informasi dapat diterima jika proses penyampaian informasi tersebut dapat menarik penerima informasi yaitu masyarakat untuk mengetahui informasi yang disampaikan. Dalam hal ini Diskominfotik perlu membuat

strategi atau inovasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sebagai penerima informasi. Dalam memberikan Layanan informasi DiskominfoKBB menyesuaikan dengan standar layanan informasi pemerintahan yang diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 3 Tahun 2017 yang membahas mengenai pedoman pengelolaan pelayanan informasi dan dokumentasi serta Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2010 yang membahas mengenai Standar Layanan Informasi Publik. Pola Aliran informasi secara internal maupun eksternal dalam media sosial *Instagram* DiskominfoKBB dikatakan belum berimbang karena kurangnya partisipasi aktif atau respon masyarakat terhadap informasi yang diberikan.

**Gambar 4. 5**

**Fitur Pesan pada akun *Instagram* @diskominfoKBB**



Sumber: Akun *Instagram* @diskominfoKBB

Gambar diatas merupakan fitur yang tersedia pada Instagram yang berguna untuk mengirim pesan secara personal. Fitur tersebut dapat digunakan oleh masyarakat untuk berpartisipasi aktif serta memberi tanggapan mengenai informasi yang disampaikan oleh akun Instagram DiskominfoKBB. Selain itu, masyarakat bisa mengkritik ataupun menyampaikan aspirasi serta masukan kepada pemerintah Kabupaten Bandung Barat melalui fitur tersebut. Kejelasan dalam

menyampaikan informasi menjadi salah satu hal yang penting dalam keefektifan media sosial *Instagram* dalam menyebarkan informasi pada suatu organisasi. Dalam hal ini informasi yang disampaikan oleh Diskominfo dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat.

**Tabel 4. 1**

**Jumlah Pengunjung Pada Instagram @diskominfo Per 1 Januari 2022**

No	Pengunjung Konten	Jumlah
1	<i>Post</i>	3.800
2	<i>Reels</i>	980
3	<i>Stories</i>	2.382
4	<i>Video</i>	376

Sumber: Insight Instagram @diskominfo

Pada data tabel diatas menunjukkan bahwa, jumlah kunjungan pada setiap postingan mencapai 3.800 pengunjung. Hal tersebut membuktikan bahwa setiap postingan dari Diskominfo banyak yang melihat, bahkan melebihi jumlah pengikut akun *Instagram @diskominfo*. Berdasarkan data tersebut maka semakin banyak memposting maka akan semakin banyak pula pengunjung yang melihat postingan akun Instagram @diskominfo.

**Tabel 4. 1**

**Jumlah Interaksi Pada Setiap Unggahan Instagram @diskominfo per 1 Januari 2022**

No	Interaksi Unggahan	Jumlah
1	Menyukai	1487
2	Komentar	261
3	Membagikan	291
4	Menyimpan	89

Sumber: Insight Instagram @diskominfo

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah *likes* pada seluruh konten per tanggal 1 Januari 2022 sebanyak 1.487 *likes*. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik pesan yang dibuat Diskominfo cukup banyak disukai. Kemudian jumlah komentar yaitu sebanyak 261, dalam hal ini followers *Instagram @diskominfo* cukup interaktif dalam menanggapi setiap unggahan. Kemudian ada sekitar 89 *followers* yang menyimpan suatu unggahan dan 291 followers yang membagikan setiap postingan.

### 3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Hasil riset yang dilakukan penulis menjelaskan bahwa Media sosial *Instagram* dimanfaatkan oleh Diskominfo sebagai salah satu sarana atau media komunikasi serta penyampaian informasi kepada masyarakat. Selain itu, masyarakat dapat menyampaikan keluhan ataupun pendapat untuk pemerintah Kabupaten Bandung Barat melalui akun Instagram diskominfo tersebut. Strategi Diskominfo dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melalui akun Instagram @diskominfo\_kbb dilakukan dengan beberapa tahap agar informasi yang disampaikan dapat menarik minat masyarakat dengan menggabungkan infografis dan videografis agar masyarakat tidak merasa jenuh. Selain itu, dalam menyampaikan informasi Diskominfo menggunakan verifikasi berlapis agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat akurat. Mekanisme pemanfaatan media sosial *instagram* yang dikelola Diskominfo mengutamakan jenis informasi, kualitas informasi, pemberian *hashtag* yang tepat, serta *caption* yang ideal sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Selain itu, optimalisasi pengelolaan media sosial *instagram* Diskominfo juga dilakukan melalui agenda *setting* yang diperoleh dari kegiatan evaluasi pemantauan secara berkala tiap bulannya agar informasi yang disampaikan menarik bagi masyarakat sebagai penerima informasi. Salah satu fitur yang tersedia pada Instagram yang berguna untuk mengirim pesan secara personal. Fitur tersebut dapat digunakan oleh masyarakat untuk berpartisipasi aktif serta memberi tanggapan mengenai informasi yang disampaikan oleh akun Instagram Diskominfo. Selain itu, masyarakat bisa mengkritik ataupun menyampaikan aspirasi serta masukan kepada pemerintah Kabupaten Bandung Barat melalui fitur tersebut.

## IV. KESIMPULAN

Pelayanan informasi yang diberikan Diskominfo kepada masyarakat belum dikatakan sesuai dengan standar pelayanan informasi serta banyak ditemukan kendala pada lingkup internal maupun eksternal diantaranya keterbatasan kemampuan sumber daya aparatur yang dimiliki oleh Diskominfo dalam menggunakan perkembangan teknologi yang bersifat kekinian, anggaran yang kurang memadai untuk menunjang pelayanan informasi, sarana dan prasarana yang masih lemah, tata kerja yang belum terorganisir dengan baik, kurangnya partisipasi aktif serta kurangnya responsif masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, kurangnya sosialisasi serta edukasi mengenai media sosial *Instagram* kepada masyarakat, serta kurang tanggap atau responsif pengelola akun *Instagram* Diskominfo terhadap aspirasi serta tanggapan atau kritik dari masyarakat.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu penelitian yang terbilang sangat singkat untuk sebuah penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada satu instansi saja sebagai model studi kasus yang dipilih berdasarkan pendapat Cresswel.

**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 variabel lain yang juga berkaitan dengan pemanfaatan media sosial *Instagram* Diskominfo di Kabupaten Bandung Barat untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Bandung Barat beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Moh. Nazir (2011). *Metode Penelitian*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Moleong (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Farhatiningsih, Lizzatul. “Kehumasan Pemerintah Optimization Of Instagram Use In The Practice Of Government” (2020): 1–9.
- Fitriani, Yuni. “Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat” 19 (n.d.): 149.
- Fitrianingsih, Bunga, and Abdul Kholik. “Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram” 2, no. 2 (2021): 43–53.
- Haqqani, Muh Ilham. “Pemanfaatan Media Sosial Intagram Oleh Bhabinkamtibmas Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas.” *Police Studiew Review* 4, no. (1) January (2020):297–372..
- Kurnia, Titon Slamet, Umbu Rauta, and Arie Siswanto. “E-Government Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Di Indonesia.” *Masalah-Masalah Hukum* 46, no. 2 (2018): 170.
- Pratiwi, Anisa Putri, Muhammad Sufyan Abdurrahman, and Universitas Telkom. “Social Media Management Strategies for Instagram Public Relations of the City Government of Bandung During the Covid-19 Pandemic” (2020).

Silalahi, Mesnan, Darmawan Napitupulu, and Gulda Patria. "Kajian Konsep Dan Kondisi E-Government Di Indonesia." *Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)* 1, no. 1 (2015): 10–16.

