

## PENGELOLAAN INSTAGRAM @DISKOMINFO.BUKITTINGGI SEBAGAI MEDIA INFORMASI KOTA BUKITTINGGI

**Nofita Ayu \*<sup>1</sup>**

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia  
[ayu792762@gmail.com](mailto:ayu792762@gmail.com)

**Penmardianto**

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

### **Abstract**

*Communication and information technology is increasingly advanced and developing rapidly, this phenomenon makes it easier for people to use electronic devices, namely the internet. Software such as poly and social media to communicate more diversely called new wave technology, is a technology that connects individuals and groups. Technological developments in the increasingly rapid era of globalization, present social media. Instagram is one of the social media that is currently widely used by people of all ages, regardless of age. Instagram is currently one of the media for obtaining information, so that many users spread information through Instagram social media, such as the Instagram account @diskominfo.bukittinggi, which uses Instagram as a medium for conveying messages. The account @diskominfo.bukittinggi is included in the top 3 of the number of followers in West Sumatra, and this account only uploads most of its posts only about the mayor of Bukittinggi and the Bukittinggi Kominfo agency. This study uses a type of research that is descriptive qualitative in nature, which describes how Instagram @diskominfo.bukittinggi is managed as an information medium for the city of Bukittinggi. Collecting data using the method of observation, interviews and documentation. Through interview and observation methods, it is known that the main subject to be researched is the @diskominfo.bukittinggi account admin, and the object of this research is the management of @diskominfo.bukittinggi in collecting information so that it becomes information on Instagram posts. The results of the research that has been carried out by researchers can be concluded, namely: (1) the @diskominfo.bukittinggi account in obtaining information, namely by SKPD or direct directions from the Mayor's schedule. (2) the @diskominfo.bukittinggi account processes information by compiling messages, namely selecting photos and videos and creating captions that clarify Instagram users in obtaining information. (3) submission of account information @diskominfo.bukittinggi using existing features on Instagram such as feeds, instastories.*

**Keywords:** Management, Instagram, Information Media

### **Abstrak**

Teknologi komunikasi dan informasi semakin maju serta berkembang pesat, fenomena ini memudahkan masyarakat memakai perangkat elektro yaitu internet.

---

<sup>1</sup> Korespondensi Penulis

Perangkat lunak seperti *poly* serta media sosial buat berkomunikasi semakin beragam yang di sebut *new wave technology*, adalah sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dengan grup. Perkembangan teknologi di era globalisasi yang semakin pesat, menghadirkan media sosial. Instagram adalah salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat semua kalangan tanpa batas usia. Instagram saat ini menjadi salah satu media untuk mendapatkan informasi, sehingga banyak sekali pengguna menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram seperti halnya akun Instagram @diskominfo.bukittinggi yang menjadikan Instagram sebagai media menyampaikan pesan. Akun @diskominfo.bukittinggi termasuk kedalam 3 besar jumlah followers di Sumatera Barat, dan akun tersebut hanya mengupload dari sebagian besar postingannya hanya mengenai wali kota Bukittinggi dan instansi Kominfo Bukittinggi saja. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yakni yang menggambarkan bagaimana pengelolaan Instagram @diskominfo.bukittinggi sebagai media informasi kota bukittinggi. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Melalui metode wawancara dan observasi maka diketahui bahwa subyek utama yang akan diteliti yakni admin akun @diskominfo.bukittinggi, dan objek penelitian ini adalah pengelolaan @diskominfo.bukittinggi dalam mengumpulkan informasi sehingga menjadi sebuah informasi di postingan Instagram. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan yaitu : (1) akun @diskominfo.bukittinggi dalam mendapatkan informasi yaitu dengan SKPD atau arahan langsung dari jadwal bapak Wali Kota. (2) akun @diskominfo.bukittinggi mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan, yaitu memilih foto dan video serta pembuatan caption yang memperjelas pengguna Instagram dalam mendapatkan informasi. (3) penyampaian informasi akun @diskominfo.bukittinggi menggunakan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti feed, instastory.

**Kata kunci:** Pengelolaan, Instagram, Media Informasi

## PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi dan informasi semakin maju serta berkembang pesat, fenomena ini memudahkan masyarakat memakai perangkat elektro yaitu internet. Perangkat lunak seperti *poly* serta media sosial buat berkomunikasi semakin beragam yang di sebut *new wave technology*, adalah sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dengan grup. *New wave technology* didukung oleh perangkat info yang semakin canggih yang ada pada perangkat baru mirip computer, handphone, dan akses internet murah, seperti yang telah diungkapkan diatas, salah satu media yang dianggap *new wave technology* ini artinya internet, internet adalah pintu yg bisa diakses menuju jagad raya konten pada *cyberspace*. (Mc Denis, 2011) Manusia tidak akan pernah bisa tanpa berkomunikasi, komunikasi sangatlah penting dalam kehidupan untuk bertukar informasi, pesan dan pengetahuan, komunikasi bisa membuat kita berinteraksi dengan siapa saja melalui *face to face* maupun media massa, namun dalam berkomunikasi adanya etika komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Al Hujurat ayat 6 berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu

Etika berkomunikasi di dalam surah Al Hujurat ayat 6, secara tegas memerintahkan untuk berhati-hati dalam menerima atau memberikan informasi, agar informasi yang disampaikan tidak bersifat *hoax* yang memicu perbedaan dan permusuhan. Begitu pula dengan berkomunikasi menggunakan media, media sangatlah tajam jika tidak bijak dalam menggunakannya. Informasi melalui media akan datang dari seluruh penjuru dunia untuk itu kita yang menerima informasi harus mencerna dan menyaring kembali. Rakyat Indonesia sangat suka berkomunikasi melalui internet sebab memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi sebagai akibatnya terbentuklah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan masyarakat lain dengan menggunakan jaringan internet. media sosial saat ini dipergunakan pula untuk mencari informasi, bahkan beberapa media umum sudah mengadakan fitur spesifik untuk berita. Banyak sekali macam media sosial beredar serta digunakan di seluruh dunia, warga Indonesia mengikuti perubahan media, terutama media online yaitu media sosial membuat mereka menerima berita secara cepat melalui aneka macam akun pada media sosial, salah satu sekian banyak media, media sosial itu ialah *Instagram*.

*Instagram* adalah perangkat lunak microblogging yang memiliki fungsi primer sebagai sarana mengunggah foto secara instan. dari *wearesocial.com* *Instagram* masuk ke pada 10 software media sosial yang terpopuler dipergunakan di Indonesia. (Nurhasna Difa dan Primadani Berlian, 2018) *Instagram* berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang di masanya lebih dikenal dengan sebutan “*foto instan*”. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari istilah “*telegram*” yang cara kerjanya buat mengirimkan isu kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* ialah sebuah aplikasi menyebarkan foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, serta membagikannya ke banyak sekali layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. (Bambang Atmoko Dwi, 2012) Mudahnya cara penggunaan aplikasi *Instagram* membuat pengguna menjadikan *Instagram* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Saat ini terdapat beberapa akun *Instagram* yang memberikan banyak informasi kepada penggunanya seperti akun *make-up tutorial*, akun *online shop*, dan berbagai jenis akun *Instagram* seperti akun personal yaitu untuk dimiliki perorangan individu, akun bisnis juga berguna untuk memasarkan brand-brand dari berbagai perusahaan, organisasi ataupun milik pribadi. Akun kreator atau akun publik biasanya digunakan oleh para artis dan influencer ataupun untuk akun-akun yang bergerak dalam pemerintahan guna menyebarluaskan informasi yang terjadi secara cepat dan akurat dalam

suatu daerah. *Instagram* kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan.

*Hubungan* birokrasi Pemerintah seringkali mengakibatkan pemerintah serta warga mempunyai jarak. Sosial media ini akhirnya menjadi ruang siber (cyberspace) yang mengakibatkan Pemerintah Daerah tersebut dekat dengan masyarakatnya. *Instagram* menjadi medium yang mengagumkan pada era visual ini, sebagai sarana mengembangkan berita, kebijakan, kekayaan alam, budaya, makanan serta segala macam tentang kota tersebut. Beberapa kota di Indonesia merespon ini dengan baik, bila kita lihat kini hampir seluruh kota di Indonesia memiliki akun *Instagram* baik dikelola oleh pemerintah langsung atau dikelola oleh perseorangan diluar pemerintah, adanya akun kota yang dikelola oleh perseorangan diluar pemerintah dikarenakan masih banyaknya kota di Indonesia yang belum sadar pentingnya media sosial menjadi sarana menyebarkan berita sebagai akibatnya membentuk masyarakat mengambil inisiatif untuk itu pemerintah saat ini juga semakin gencar untuk memberikan isu yang dibingkis melalui Pemerintahan Kota Bukittinggi yang dimana saat ini sangat memanfaatkan teknologi internet khususnya media sosial *Instagram* buat memberikan layanan berita umum serta lainnya dengan sangat akurat. Kota Bukittinggi salah satu kota yang mempunyai potensi budaya dan wisata yang melimpah disetiap sudut kota Bukittinggi terdapat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Pemerintah Kota Bukittinggi masih terfokus pada media lama yaitu papan iklan (billboard), spanduk, umbur-umbur dan baliho yang menghabiskan banyak dana namun jangkauannya sempit dalam situasi ini Dinas Kominfo Bukittinggi memanfaatkan kesempatan untuk lebih mengekspos kota Bukittinggi dan juga kegiatan pemerintahan melalui akun media social yaitu menggunakan *Instagram*.

Pemerintah Kota Bukittinggi memberikan layanan informasi dengan melalui banyak cara, salah satunya Pemerintah Kota Bukittinggi dalam mengelola media sosial bekerja sama dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), Dinas Kominfo Kota Bukittinggi yang dimana oleh Humas Kota Bukittinggi dibawah naungan Bidang Informasi Komunikasi Publik Kota Bukittinggi yang dimana sudah sangat terkait dengan pengurusan pengelolaan media sosial Pemerintah Kota Bukittinggi. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Kominfo Kota Bukittinggi tidak hanya mengelola satu akun media sosial Pemerintah Kota Bukittinggi saja namun juga akun media sosial lainnya.

Dinas Kominfo Bukittinggi bergerak di akun media social yaitu *facebook*, *situs website*, *Instagram* dan juga *Lapor-Span* yang dibuat untuk masyarakat jika ingin melaporkan masalah disekitar kota Bukittinggi.(Riri Alhadilla, 2023) Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan di seluruh dunia maupun di Indonesia yaitu *Instagram*. *Instagram* termasuk kedalam 4 besar aplikasi yang paling digemari dan banyak digunakan setelah *Facebook*, *Youtube*, dan *Whatsapp*.(Danang Arradian, 2022) dalam aplikasi ini semua penggunanya bisa mengunggah gambar, video, instastory, maupun caption yang digunakan untuk melengkapi unggahan yang akan di sebar. Di Indonesia pengguna *Instagram* termasuk yang paling terbesar dari seluruh dunia, dengan jumlah

pengguna kurang lebih dari 99,15 juta setara dengan 35,7% dari total populasi masyarakat Indonesia.(Dicky Prastya, 2022) Dengan banyaknya fitur-fitur pendukung yang ada di aplikasi *Instagram* sehingga lebih efektif dan efisien dalam penyebarluaskan suatu informasi. Dalam akun @diskominfo.bukittinggi ini dalam pengelolaan tidak begitu dikelola baik, dalam bentuk tidak ada postingan informasi setiap harinya, informasi hanya berisi kebanyakan tentang Wali Kota saja dan juga tidak memiliki Surat Keputusan (SK) kerja pegawai untuk admin akun yang mengelola media sosial tersebut, padahal akun tersebut sudah memiliki 4625 pengikut yang berisikan orang Bukittinggi dan non Bukittinggi, ini adalah akun yang bisa dikatakan pengikut terbanyak no 3 di Sumatera Barat akan tetapi belum maksimal dalam melakukannya. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti sebuah akun *Instagram* yang digunakan oleh Kominfo Kota Bukittinggi. Akun media sosial *Instagram* @diskominfo.bukittinggi merupakan salah satu akun media sosial yang dikelola oleh Dinas Kominfo Kota Bukittinggi tepatnya bidan IKP yang dimana akun media sosial ini merupakan salah satu akun media sosial Pemerintah Kota Bukittinggi.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk melihat jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis metode penelitian ini adalah deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan, merangkum berbagai kondisi, situasi atau fenomena dari realitas sosial yang ada pada masyarakat yang diteliti dan berusaha mengangkat realitas tersebut ke permukaan di bawahnya, atau deskripsi yang terkait dengan kondisi, situasi, atau fenomena tertentu.(Burhan Bungin, 2016) Lokasi penelitian dilaksanakan di Kantor Balai Kota , JL. Kusuma Bhakti, Kubu Gulai Bancah, kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu informan kunci dan informan pendukung. Sumber dan jenis data terdapat beberapa macam yaitu Sumber Data Primer dan sumber data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yaitu triangulasi peneliti, triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teori.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengertian Pengelolaan**

Pengelolaan adalah suatu kegiatan merubah sesuatu menjadi lebih baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan juga dapat diartikan sebagai bentuk meakukan sesuatu agar lebih sesuai serta lebih cocok dengan kebutuhan hingga lebih bermanfaat. Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata “Kelola” yang merujuk pada proses menangani sesuatu yang mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses untuk menangani sesuatu untuk

mewujudkan tujuan tertentu yang tentunya ingin dicapai.(Nugroho dalam Sumiati & Aris Tri Haryanto, 2017).

### **Tujuan pengelolaan**

Tujuan dari pengelolaan adalah supaya segenap sumber daya yang ada seperti, sumber daya manusia, peralatan atau sarana yang ada dalam suatu organisasi dapat digerakkan sedemikian rupa, sehingga dapat menghindar dari pemborosan waktu, tenaga dan materi guna mencapai tujuanyang diinginkan. Pengelolaan dibutuhkan dalam semua organisasi, karena tanpa adanya pengelolaan atau biasanya disebut manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

### **Pengelolaan Media Sosial**

Teori yang dikemukakan oleh Paramitha tentang pengelolaan media sosial yaitu, perencanaan, aktivasi dan pengawasan, optimalisasi.(Ardanari Bunga Christi, 2019) Yang Pertama (*Perencanaan*) Perencanaan adalah proses paling awal dari sebuah pengelolaan, proses ini adalah cara atau perbuatan untuk merancang konsep serta fondasi dari pengelolaan yang akan dilakukan. Ada dua pertanyaan yang harus dijawab yaitu mengapa (*Why*) dan siapa (*Who*). Pertanyaan Mengapa merupakan pertanyaan untuk merancang alasan Lembaga/perusahaan membutuhkan strategi komunikasi melalui media sosial. Sedangkan pertanyaan Siapa digunakan untuk merancang target dari perusahaan/Lembaga yang akan dijadikan sasaran komunikasi melalui media sosial. (*Aktivasi dan Pengawasan*) Aktivasi dan Pengawasan adalah proses yang terjadi setelah dilakukan perencanaan atau perancangan yang sesuai dengan tujuan dan target audience. Dalam proses ini merupakan praktik pelaksanaan dari pemanfaatan media sosial. Dari proses ini timbul dua pertanyaan yang perlu dijawab yaitu Apa (*What*) dan Bagaimana (*How*). Pertanyaan Apa merupakan pertanyaan untuk menjawab informasi apa yang akan disampaikan serta konten pembeda apa yang akan dibangun yang membedakannya dari pengguna lainnya, dengan tahap ini penentuan target yang akan dipilih harus sesuai dan terarah. Sedangkan Bagaimana cara tim mengelola dan menetapkan pesan-pesan kedalam media sosial juga perlu disiapkan pada proses ini, dengan maksud melalui media apa pesan akan tersampaikan dan kepada target atau audience. (*Optimalisasi*) Optimalisasi merupakan proses yang membantu kontinuitas jalannya pengelolaan, pada proses ini dilakukan evaluasi konten dan identifikasi dari hasil pelaksanaan :apakah sudah mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam teori Hafied Cangara pengelolaan media sosial Intagram meliputi: mendapatkan informasi, dm mendapatkan informasi tentunya menentukan topik dan menetapkan target. Kedua mengolah informasi, ini termasuk kepada teknik penyusunan pesan dan pembuatan caption. Ketiga menyampaikan informasi ini, penyebaran, menemukan feedback dlakukan observasi.(Cangara Hafied, 2017)

## **Pengertian Media informasi dan Instagram**

Media adalah salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan atau komunikator menuju komunikan. Sedangkan informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk yang berguna yaitu berisikan pengetahuan atau kerangka yang ditunjukkan bagi penerima dalam pengambilan keputusan baik masa sekarang ataupun masa yang akan datang.(Mc Denis, 2011) Instagram berasal dari kata “instant”, seperti kamera Polaroid, dan lebih dikenal dengan istilah “fotografi instan” pada saat itu. Kata "gram" berasal dari kata "telegram", yang digunakan untuk mengirim informasi dengan cepat ke orang lain. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video.(Bambang Atmoko Dwi, 2012) Terapkan filter digital dan bagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram. Menurut Bambang, Instagram adalah smartphone yang didedikasikan untuk media sosial, salah satu media digital yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan Twitter, tetapi perbedaannya adalah mengambil gambar dalam bentuk dan tempat untuk berbagi informasi dengan pengguna.

## **Pengelolaan Instagram @diskominfo.bukittinggi Sebagai Media Informasi Kota Bukittinggi**

Teknologi di zaman modern sangat dibutuhkan dalam bidang apapun saat ini. Bukan hanya untuk bersosial media individu saja akan tetapi juga dibutuhkan oleh pemerintahan dan membantu informasi dari pemerintah turun kepada masyarakat secara luas. Bermedia sosial saat ini sangat gampang untuk digunakan dari kalangan apapun bisa menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan lain sebagainya. Salah satunya yaitu Dinas Kominfo Bukittinggi yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi. Instagram sebagai salah satu media sosial berbasisi gambar dan video tentunya bisa menjadi lahan luas untuk digunakan sebagai sarana. Mudahnya penggunaan Instagram membuat Dinas Kominfo Bukittinggi dalam Bidang Informasi dan Komunikasi Publik menggunakan Instagram sebagai media penyalur informasi yang berkaitan dengan pemerintahan. Instagram sangat bagus digunakan pada saat ini sebagai media informasi kebijakan, pelayanan. hal itu juga dilakukan oleh Dinas Kominfo Bukittinggi. Instagram yang telah digunakan Dinas Kominfo Bukittinggi dalam pengelolaan informasi dapat dilihat dari model pengelolaan Hafied Cangara tentang tahapan pengelolaan media informasi.

## **Mendapatkan Informasi**

Menentukan Konten/ Topik

Dalam menentukan konten akun @diskominfo.bukittinggi menetapkan konten dari jadwal bapak wali kota dan bisa dari SKPD, dalam mendapatkan informasi dari Kepala Dinas akan tetapi belum sampai saat ini memiliki SK pengelolaan media sosial jadi informasi kami dapatkan dari SKPD, ada acara mohon peliputan ataupun juga dari jadwalnya pak Wali Kota, seperti pada umumnya di pagi hari tim liputan melihat jadwal yang telah di share via

whatsapp.(Riri Alhadilla, 2023) Dari penjelasan tersebut tahapan mendapatkan informasi telah ditentukannya topik, tentukan komunikator dan tentukan target sudah di penuhi dalam SKPD dan jadwal Wali Kota. Akan tetapi terkadang akun ini juga membuat konten-konten yang bermanfaat bagi masyarakat seperti konten even, berita bapak wali kota tentang bantuan baznas.

#### Menetapkan Komunikator

Akun @diskominfo.bukittinggi dalam mendapatkan informasi melalui jadwal bapak wali kota Bukittinggi dan melalui SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah). Karena sumber informasinya langsung dari pihak yang resmi ini membuat akun bukan fake account dan terjamin keakuratan beritanya. Untuk masalah komunikator dari tim liputan yang terjun kelapangan akan tetapi telah jelas apa yang diliput karena sumber informasinya yang didapatkan dari SKPD Bukittinggi yang meminta untuk meliput kegiatan bapak wali kota atau dinas kominfo terkait, dan jadwal bapak wali kota Bukittinggi.(Riri Alhadilla, 2023)

#### Menentukan Target Sasaran

Target sasaran akun @diskominfo.bukittinggi mencakup kedalam semua aspek usia, jenis kelamin, Pendidikan, pekerjaan, agama, ini termasuk pada kategori universal atau semua umur dalam kalangan khususnya masyarakat kota Bukittinggi yang menggunakan akun Instagram.

#### Penetapan Tim Kerja

Dalam penetapan tim kerja dari akun @diskominfo.bukittinggi adalah orang yang telah mengerti dalam bidang bagian masing-masing tugasnya. Tenaga liputan yang ada di Kominfo Bukittinggi sejumlah 8 orang dan itu menyebar sesuai jadwal Wali Kota. Tenaga liputan ini terbagi tugas ada yang sekedar mengambil gambar dari kejadian atau informasi yang di dapat ada juga yang bertugas memberikan keterangan informasi dari gambar tersebut, ada juga yang focus membuat video singkat yang ringan untuk upload. Setelah informasi di dapatkan oleh tenaga peliputan nantinya di kirim ke whatsapp admin Instagram yang bergerak mengemas informasi itu menjadi sebuah informasi yang siap untuk ditampilkan.(Riri Alhadilla, 2023) Dalam teori hafied cangara ini tidak jauh berbeda dengan teori paramitha dari mendapatkan informasi, menentukan konten, menetapkan komunikator dan menetapkan target termasuk pada teori paramitha bagian Perencanaan karena dalam perencanaan yang dikatakan oleh paramitha adalah sebuah proses awal dari sebuah pengelolaan, proses ini adalah sebagai fondasi yang akan dilakukan jika dalam pengelolaan media sosial. Jadi dalam teori Paramitha perencanaan menyangkut pada teori Hafied Cangara dalam mendapatkan informasi.

#### **Mengolah Informasi**

Akun @diskominfo.bukittinggi dalam mengolah informasi mempunyai beberapa tahapan yang meliputi:

#### Teknik Menyusun Pesan dan Pembuatan Caption

Dalam teknik penyusunan pesan ini adalah suatu pesan yang akan disampaikan oleh komunikator dalam bentuk symbol yang akan diterima oleh khalayak banyak dalam serangkaian kata yang bermakna. Proses penyusunan pesan akun @diskominfo.bukittinggi dibuat tepat dengan adanya visi dan misi. Sehingga pesan dalam bentuk konten dapat dinikmati bersama-sama baik itu komunikator maupun komunikannya. Tim pengelolaan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Jurnalistik atau yang biasa disebut tim reelis bertindak sebagai penyeleksi berita pada saat tim liputan terjun kelapangan, sebelum informasi di update ke media sosial tujuannya agar informasi dan berita yang ditampilkan tidak menyalahi aturan pers dan sesuai kaidah 5w+1h. Jadi informasi yang dibutuhkan masyarakat akan pemerintahan sudah terpenuhi.(Riri Alhadilla, 2023) Dalam penyusunan pesan atau reelis untuk Instagram tim reelis juga membuat caption dengan kalimat tanya di akhir informasi agar mendapatkan feedback dari followers. Tim liputan sebagai pembuatan caption kadang memotret sering meninggalkan pertanyaan di akhir sebagai contoh di salah satu postingan Jam Gadang, ditulis disana juga melakukan kuis-kuis dengan syarat follow akun dan menulis komentar yang berkesan tentang Jam Gadang.(Muhammad Taufik, 2023) Dinas Kominfo Bukittinggi sudah memiliki tugas dan wewenang masing-masing dan secara teratur setelah peliputan selesai informasi yang di dapatkan dilapangan disebarluaskan setelah melalui tahapan pengelolaan yang sudah terlisasikan selama ini.

#### Memilih media dan saluran komunikasi

Pemilihan yang dipilih tentunya adalah media sosial Instagram. Dalam menggunakan Instagram untuk media informasi kota karena lebih cepat diterima oleh masyarakat, gratis dan tentunya dalam kejenuhan media sosial Facebook kebanyakan orang-orang menggunakan instagram sebagai media sosial, akan tetapi pembuatan facebook dan Instagram berdampingan, akun facebook Kominfo hilang dan hanya focus pada akun Instagram saja. Ada melakukan acara atas nama dinas kominfo pastinya itu juga di liput.(Riri Alhadilla, 2023) Instagram disini digunakan hanya untuk menyebarkan informasi terbaru seputaran Wali Kota dan Instansi di karenakan belum adanya SK kerja untuk pengelolaan media sosial, dan keterbatasan SDM. Jika dilihat dari teori Paramitha dalam penyusunan pesan, pembuatan caption, dan memilih media itu termasuk pada teori paramitha bagian Aktivitas dan Pengawasan karena paramitha menjelaskan proses ini adalah sebuah proses yang terjadi setelah dilakukan perencanaan yang meliputi menentukan topik, menetapkan komunikator, dan menentukan target. Jadi dalam proses ini paramitha mengartikan proses pengawasan ini adalah proses pemanfaatan media sosial, yang telah di oleh dan bisa jadi pembanding untuk melihat berhasilnya penyampaian informasi yang disajikan.

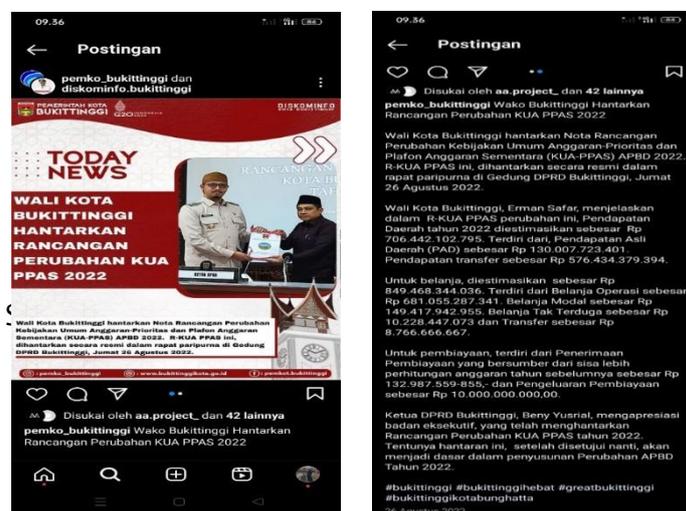
## Menyampaikan Informasi

### Pemilihan Jadwal Postingan

Dalam pemilihan jadwal postingan sebenarnya akun @diskominfo.bukittinggi ini tidak menerapkan system jadwal postingan akan tetapi postingan terjadi karena sudah ada jadwal dari kegiatan bapak wali kota dan tugas dari SKPD. Jadi postingan akan disajikan selepas acara telah usai dan melalui segala editing sampai ke admin lalu di posting saat itu juga. Tidak ada penjadwalan dalam menyajikan informasi melalui akun @diskominfo.bukittinggi akan tetapi sejalan dengan apa yang terjadwal di jadwal harian bapak wali kota atau yang selalu ditugaskan melalui SKPD, jadi saat informasi jadi dari foto/video lalu caption akan di relis saat itu juga setelah melalui editing.(Riri Alhadilla, 2023)

### Penyebaran Informasi

Penyebaran berita atau informasi adalah sebuah keberhasilan suatu program. Salah satu hal yang khusus dari media sosial adalah fleksibel, sehingga dalam penyebaran informasi akan lebih mudah, cepat dan mudah menyeluruh. Akun @diskominfo.bukittinggi sebagai komunikator menyajikan informasi melalui media sosial Instagram dengan menyusun pesan yang telah direncanakan seefisien mungkin agar followers bisa lebih mudah mengerti yang dimaksud postingan tersebut. Dalam penyebaran informasi dilakukan melalui fitur posting yang ada di Instagram tersebut atau melalui feed Instagram, ada menggunakan instastory dan tv Instagram untuk menyajikan informasi yang lebih luas karena jejak digital tidak mudah hilang.(Riri Alhadilla, 2023)



Gambar 1 dan 2. Keterangan Gambar (Sumber: Hasil penelitian)  
Menentukan Feedback/Umpan Balik

Dalam bermedia sosial tentunya bisa mendapatkan efek terhadap postingan, dari proses komunikasi dilihat melalui feedback pada kolom komentar disetiap unggahan konten, bisa diartikan sebagai tanggapan atau respon terhadap suatu pesan.

### Melakukan Evaluasi

Dalam melakukan evaluasi adalah suatu keberhasilan komunikasi yang telah dimuat dari mendapatkan dan mengolah informasi. Evaluasi berguna untuk mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Berdasarkan pelayanan informasi akan pemerintah merupakan bentuk kinerja dari Bidang Informasi dan Komunikasi Publik. Dinas Kominfo Bukittinggi dalam pengelolaan informasi melalui instagram ditujukan kepada khalayak tanpa melalui perantara, namun informasi tersebut tidak menimbulkan efek yang sama bagi setiap yang membacanya. Kominfo tidak hanya mengelola akun Instagram @diskominfo.bukittinggi tetapi Pemko, website dan baru-baru ini juga membuat aplikasi spanlapor yang bisa membuat masyarakat menyampaikan keluhan kesah dan juga Facebook kominfo yang kena hack, maka dari itu akun Instagram ini yang difokuskan untuk pemerintahan dan instansi saja, mengingat juga banyak juga para kaum milenial yang menggunakan Instagram.(Riri Alhadilla, 2023) Dinas Kominfo Bukittinggi menyajikan informasi tentang Wali Kota Bukittinggi dan instansi kepada masyarakat. Penyampaian informasi yang didapatkan dilapangan tidak melalui perantara dan langsung kepada masyarakat dan menimbulkan respon yang paling minim like di setiap postingan. Dalam teori paramitha dari penyampaian informasi pemilihan jadwal, penyebarluasan informasi, dan melakukan evaluasi itu masuk pada teori paramitha bagian optimalisasi yaitu proses yang membantu komunitas jalannya pengelolaan adalah mengevaluasi hasil dari apa yang telah diposting di akun @diskominfo.bukittinggi, apakah sudah mencapai tujuan yang diinginkan.

### **Kendala-kendala yang di temukan selama mengelola informasi adalah**

Tenaga kerja peliput yang sedikit dan Keterlambatan Tim Liputan

Kendalanya adalah disaat liputan banyak dalam satu hari tetapi tim liputannya hanya itu dan kewalahan menghadapi tempat yang cukup berjarak. Dan juga liputan yang dempet itu sangat membuat tim peliput sanga-sangat kewalahan. Kendalanya tim liputan yang telat membuat tim pembuatan caption kewalahan karena ketinggalan informasi dan kuranya kesigapan anggota untuk turun kelapangan

### **SIMPULAN**

Berdasarkan seluruh hasil tahapan penelitian yang telah dilakukan dalam pengelolaan Instagram @diskominfo.bukittinggi Sebagai Media Informasi Kota Bukittinggi”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Pengelolaan akun @diskominfo.bukittinggi dalam mendapatkan informasi yaitu dengan arahan SKPD dan jadwal bapak wali kota dengan cara terjun kelapangan dengan tim liputan, mulai dari penetapan komunikator, dan target sasaran. Dalam pengelolaan informasi, pembuatan caption serta penyusunan pesan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian informasi. Informasi yang disampaikan adalah informasi yang ada semestinya dan terpercaya kebenaran informasi karena di liput langsung oleh tim liputan yang ada di Kominfo Bukittinggi. Penyebarluasan informasi yang dilakukan @diskominfo.bukittinggi tidak hanya melalui postingandi halaman utama atau fed, tetapi

juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti instastory dan Instagram tv guna untuk bisa mendapatkan feedback dari followers.

## REFERENSI

- Ardanari Bunga Christi. (2019). Pengelolaan Media Sosial Twitter Oleh Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter. *Visi Komunikasi*, 18, 55.
- Bambang Atmoko Dwi. (2012). *Intagram Handbook*. Media Kita.
- Burhan Bungin. (2016). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Cangara Hafied. (2017). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mc Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Selemba Humanika.
- Muhammad Taufik. (2023). wawancara.
- Riri Alhadilla. (2023). *Wawancara*.
- Nugroho dalam Sumiati & Aris Tri Haryanto. (2017). Pengelolaan Retribusi Parkir Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Di Kabupaten Ngawi. *Unisri*, 4, 68.
- Nurhasna Difa dan Primadani Berlian. (2018). *Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*. 3(1).
- Danang Arradian. (2022). *Media Sosial Dengan Penggunaan Terbanyak Di Indonesia Dan Dunia*. Sindonews.Com. <https://tekno.sindonews.com/read/797139/207/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-dan-dunia-1655132791>
- Dicky Prastya. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>.