

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Post di blog, twitter, youtube dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis. ¹Media merupakan salah satu sarana komunikasi yang penting dalam masyarakat modern. Media digunakan untuk menyebarkan informasi, ide, dan pesan kepada khalayak secara luas. Media memiliki peran penting dalam proses komunikasi karena memungkinkan berbagai pihak untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan audiens mereka.

Media sebagai penyiaran informasi ini memungkinkan suatu instansi untuk menyebarkan berita, edukasi dan informasi kepada seluruh lapisan Masyarakat. Media sebagai alat interaksi sosial ini juga merubah pola komunikasi Masyarakat dalam pertukaran informasi, salah satu penyiaran informasi yang digunakan adalah informasi edukasi. Informasi edukasi melalui media ini mencakup Program-program pendidikan di televisi, situs web

¹ Khatimah, H. (2018). Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat. Tasamuh, 16(1), 119-138.

pembelajaran, dan konten-konten edukatif lainnya membantu individu untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.² Media sosial menjadi salah satu bentuk media yang memiliki peran signifikan sebagai sumber informasi dalam masyarakat modern. Media sosial memungkinkan individu dan organisasi dengan cepat menyebarkan berita dan informasi kepada khalayaknya. Berbagai *platform* seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan LinkedIn digunakan untuk berbagi berita terkini, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Dalam hal ini, media sosial memungkinkan informasi dibagikan secara real time. Ketika suatu peristiwa berita terjadi, seseorang dapat langsung memberikan informasi mengenai hal tersebut sehingga masyarakat dapat memperoleh pemberitaan baru dengan cepat.

Media sosial juga digunakan dalam instansi pemerintahan dalam penyebaran informasi. Instansi pemerintah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program, peraturan, kebijakan, dan peristiwa penting pemerintah kepada masyarakat. Hal ini meningkatkan transparansi pemerintah dan membuat informasi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Sehingga, Media sosial memudahkan instansi pemerintah untuk berinteraksi

² Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).

langsung dengan warganya. Mereka dapat menjawab pertanyaan, memberikan layanan pelanggan, dan menanggapi keluhan atau komentar melalui platform media sosial. Sehingga ini memudahkan instansi pemerintah dalam menggunakan media sosial untuk mendidik masyarakat tentang berbagai masalah, termasuk kesehatan, keselamatan, dan keuangan.

Media sosial membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai topik-topik penting. Media sosial menjadi saluran baru dalam aktivitas kehumasan. Menyikapi dan menanggapi kritik atau komentar masyarakat di lingkungan media sosial. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan menjaga komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat.

Di era digital sekarang, media sosial telah mengubah banyak aspek kehidupan Masyarakat, termasuk aktivitas kehumasan. Interaksi yang dilakukan di dalam sosial media ini mampu merubah dan menjangkau lebih banyak audience sehingga memperkuat relasi Masyarakat dan humas. Publik akan sangat bergantung kepada PR sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji di surat kabar dan media massa lainnya. Melalui internet, PR dapat menghemat biaya dibanding harus mengirim Pres Release melalui pos atau faks. ³Digital PR ini dapat membangun, memelihara, dan mengelola hubungan dengan publik mereka melalui platform dan saluran digital. Ini mencakup penggunaan media sosial, situs web, blog, email, dan berbagai alat online lainnya untuk

³ Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). Dasar-dasar public relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

berkomunikasi dengan audiens, mempromosikan pesan, dan mengelola citra dan reputasi organisasi. Hubungan antara humas dan media sosial sangatlah erat di era digital. Media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam praktik humas karena memungkinkan organisasi atau individu berkomunikasi langsung dengan khalayak dan mempengaruhi persepsi dan citra mereka.

Kemudahan Internet telah mengubah cara kita mengakses dan memperoleh informasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Internet dapat diakses hampir di mana saja di dunia, selama ada koneksi Internet. Hal ini memungkinkan orang untuk mengakses informasi dari berbagai lokasi. Dengan kemudahan yang ada, aktivitas humas dalam beberapa Lembaga dan instansi pun akan memberikan informasi kepada media dalam Upaya meningkatkan pelayanan informasi public.

Layanan informasi publik Instagram merupakan upaya suatu pemerintah, instansi atau organisasi pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat melalui platform media sosial Instagram. Instagram adalah jejaring sosial yang sangat populer yang digunakan oleh jutaan orang di seluruh dunia. Oleh karena itu, banyak lembaga dan organisasi pemerintah yang menggunakannya sebagai alat untuk menyebarkan informasi publik, berkomunikasi dengan masyarakat, dan meningkatkan transparansi. Layanan public yang disediakan pada media sosial intagram biasanya berhubungan dengan membagikan berita, pembaruan kebijakan, informasi penting, dan pengumuman dari pemerintah atau organisasi. Ini mungkin termasuk informasi mengenai kebijakan, acara, peraturan, dll. Selain itu, Instagram bisa digunakan untuk kampanye pendidikan

dan kesadaran terkait berbagai isu, seperti pendidikan kesehatan, lingkungan, keamanan, atau hal-hal lain yang relevan bagi Masyarakat serta berkomunikasi dan memberikan informasi yang akurat dan terpercaya sehingga pesan mereka diterima oleh masyarakat dan mengukur dampak dari informasi yang mereka sebar.



gambar 1 | Data Jumlah pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>

Terkait dengan meningkatkan pelayanan informasi public pada bidang informasi dan komunikasi public. Dinas komunikasi dan informatika Daerah Istimewa Yogyakarta menggunakan sosial media dalam memberikan informasi serta berinteraksi dengan Masyarakat seperti merespon pertanyaan, komentar, dan masukan dari warga sehingga menciptakan rasa keterlibatan dan mengindikasikan transparansi. Bidang informasi dan komunikasi bertanggung

jawab atas pelayanan informasi public pada dinas komunikasi dan informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. Bidang informasi dan komunikasi public berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Bidang informasi dan komunikasi public dipimpin oleh kepala bidang yang mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi public.⁴

Seperti yang diungkapkan Arif Lukman Hakim SE, pengelola medsos Bidang Humas Diskominfo DIY mengungkapkan fungsi dan peran Humas sangat penting untuk dioptimalkan. Salah satunya ketika ada krisis informasi dan simpang-siur data, maka akun resmi pemerintah dan lembaga terkait yang akan dikejar oleh masyarakat. ⁵Diskominfo DIY mempunyai akun Instagram @kominfoDIY, akun Instagram tersebut berisi tentang edukasi, media publikasi dan informasi. Konten yang dibagikan akun instagram @kominfoDIY berisi tentang etika dalam media sosial seperti pencegahan berita hoax, kesadaran akan bersosial media, bahaya konten pornografi dan sebagainya. Selain memberi edukasi terhadap etika dalam media sosial, Instagram resmi diskominfo sebagai media publikasi juga menyebarkan informasi seputar kebijakan dan informasi baru di daerah kota Yogyakarta sehingga memudahkan Masyarakat dalam mencari informasi tentang kebijakan dan informasi baru.

⁴Diakses dari Web : <https://diskominfo.jogjaprov.go.id/unit-kerja> Selasa 19 September 2023 pukul 14:21 WIB

⁵Perangi Hoax Melalui Digital Smart Media. (2018).
<https://diskominfo.jogjaprov.go.id/berita/baca/perangi-hoax-melalui-digital-smart-media>.



gambar 1 2 Akun Instagram @kominfodiy

Penulis memilih Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek penelitian karena Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan instansi pemerintahan yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan tugas yang berhubungan dengan media publikasi dan informasi, Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta membantu Masyarakat khususnya Masyarakat kota Yogyakarta untuk memberi informasi yang benar serta edukasi dan sosialisasi terhadap pelanggaran etika pada sosial media. Diskominfo DIY sendiri memiliki prestasi atas keaktifan mereka menggunakan sosial media yaitu dalam ajang Anugerah Media Humas yang mendapatkan penghargaan dalam kategori media sosial terbaik dan media audiovisual terbaik. Kegiatan hmas digital pada sosial media Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dapat membantu serta meningkatkan kualitas pelayanan public bagi Masyarakat kota Yogyakarta melalu publikasi dalam akun Instagram @koinfoDIY. Dalam pemanfaatan media ini dapat mempermudah Masyarakat kota Yogyakarta untuk mendapatkan informasi seputar kota Yogyakarta.



gambar 1 3 penghargaan @kominfodiy

Sehubungan dengan pesatnya arus komunikasi dan informasi kepada Masyarakat kota Yogyakarta, kami berharap melalui penelitian dapat dipelajari bagaimana memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan informasi pada Dinas Komunikasi dan Informasi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis di atas, yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan judul “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DAN INFORMASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas adalah :
Bagaimana Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta ?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti sesuai dengan apa yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, yaitu : Untuk mengetahui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Sebagai sumber informasi dalam peningkatan ilmu komunikasi khususnya pada bidang Public Relations dan dapat dijadikan sebagai objek penelitian lebih lanjut oleh peneliti yang ingin meneliti lebih lanjut tentang Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai arahan, pertukaran informasi dan peningkatan media publikasi dan informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah daerah mengenai pentingnya digital PR yang diterapkan oleh instansi pemerintah.

1.5.Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian mengacu pada kerangka kerja atau perspektif filosofis yang memandu bagaimana penelitian dilakukan, dipahami, dan ditafsirkan. Model ini menjadi landasan teori dan metodologi penelitian. Ada beberapa paradigma penelitian utama yang umum digunakan dalam ilmu-ilmu sosial dan disiplin ilmu lainnya. Pemilihan paradigma penelitian sangat penting karena akan mempengaruhi pendekatan metodologis, desain penelitian, dan interpretasi hasil penelitian. Para peneliti harus memahami paradigma apa yang Paradigma penelitian mengacu pada kerangka kerja atau perspektif filosofis yang memandu bagaimana penelitian dilakukan, dipahami, dan ditafsirkan. Model ini menjadi landasan teori dan metodologi penelitian. Ada beberapa paradigma penelitian utama yang umum digunakan dalam ilmu-ilmu sosial dan disiplin ilmu lainnya. Pemilihan paradigma penelitian sangat penting karena akan mempengaruhi pendekatan metodologis, desain penelitian, dan interpretasi hasil penelitian. Para peneliti harus memahami paradigma apa yang mereka anut.

Penelitian terkait dengan pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Yogyakarta ini terlebih dahulu dimulai dengan menemukan inti dari paradigma penelitian, sebelum menentukan metodologi penelitian yang digunakan. Peneliti memikirkan masalah yang sedang diselidiki dan menerapkan Paradigma kualitatif yang menekankan pada pemahaman dan penjelasan perilaku manusia secara lebih mendalam dan komprehensif.

Paradigma ini menggunakan metode Wawancara, observasi dan dokumentasi dalam pengumpulan data.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif sudah menjadi tradisi ilmiah digunakan dalam penelitian bidang ilmu khususnya ilmu-ilmu sosial, budaya, psikologi dan pendidikan. Bahkan dalam tradisi penelitian terapan, metode ini sudah banyak diminati karena manfaatnya lebih bisa dipahami dan secara langsung bisa mengarah pada Tindakan kebijakan bila dibanding dengan penelitian kuantitatif. Istilah lain penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistik, pasca-positivistik, fenomenologis, etnografik, studi kasus, humanistik.⁶Jadi, metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dan perilaku manusia dengan mendalam. Metode ini biasanya digunakan dalam situasi di mana peneliti ingin menjawab pertanyaan "mengapa" dan "bagaimana" daripada "berapa" atau "berapa sering". Langkah pertama dalam metode penelitian kualitatif adalah merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan relevan. Pertanyaan ini harus mendukung tujuan penelitian dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang subjek yang diteliti.

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah Penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk

⁶ Subadi, T. (2006). Metode penelitian kualitatif.

menggambarkan atau mengidentifikasi karakteristik, sifat, atau keadaan dari suatu fenomena tanpa mencoba untuk menjelaskan atau mengontrolnya.⁷ Kualitatif deskriptif juga berbeda-beda pada cara ia memperlakukan teori, yaitu lebih banyak dipengaruhi oleh pandangan-pandangan deduktif-kuantitatif. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah memberikan gambaran yang akurat tentang fenomena yang diteliti. Pada penelitian ini peneliti melakukan suatu observasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data deskriptif yang akurat tentang perilaku, interaksi, atau situasi yang diamati. Tujuan utama dari metode deskriptif dalam penelitian adalah untuk menggambarkan, mengidentifikasi, atau mengukur suatu fenomena atau objek penelitian secara objektif dan sistematis. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat dan rinci tentang karakteristik subjek atau fenomena yang sedang diteliti.

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merujuk pada individu, kelompok, objek, atau fenomena yang menjadi fokus atau objek dari sebuah studi penelitian. Subjek penelitian dapat bervariasi tergantung pada disiplin ilmu, metode penelitian, dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini memerlukan narasumber untuk memberikan informasi tentang data yang ada di instansi yang berkaitan dengan pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Yogyakarta. Subjek

⁷ Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.

dalam penelitian ini adalah humas atau admin dari Instagram @kominfoDIY serta yang terlibat dalam bagian informasi. Sumber yang akan diminta Informasi dalam penelitian adalah narasumber yang memegang serta menangani segala informasi yang akan disebar ke sosial media Instagram @kominfodiy. Dalam hal ini, divisi program pengelolaan informasi dan komunikasi public yang mengelola semua sosial media diskominfo DIY seperti bagian kegiatan pengelolaan konten informasi dan komunikasi public serta kegiatan monitoring opini dan aspirasi public⁸. Untuk penelitian ini, Narasumber yang akan dimintai informasi tentang pemanfaatan Instagram @kominfodiy sebagai media publikasi dan media Informasi ini yaitu Rini Rindawati sebagai analisis informasi di Diskominfo DIY sejak 2020 yang sekaligus menjadi koordinator media sosial.

Objek penelitian yang dilakukan terletak di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralamat di Jl. Brigjen Katamso, Keparakan, Kec. Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Diskominfo DIY memiliki beberapa sosial media sebagai penyebaran media publikasi dan informasi. Penulis memfokuskan penelitian ini kepada akun sosial media Instagram Diskominfo DIY yaitu @kominfodiy sebagai objek penelitian utama. Instagram @kominfodiy adalah salah satu media sosial Dikominfo DIY yang paling sering digunakan dalam penyebaran media informasi dan publikasi. Sejak saat ini Instagram @kominfodiy memiliki followers sekitar 51,4 ribu.

⁸ <https://diskominfo.jogjaprov.go.id/program-kegiatan> diakses pada tanggal, 19 oktober 2023.

1.6.Jenis Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari 2 macam, yaitu :

a. Data Primer

Data primer yang dilakukan penulis berupa data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Ini adalah data khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan observasi dengan kehumasan dalam pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Yogyakarta serta observasi pada aktivitas aku @kominfodiy.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh individu atau organisasi lain untuk tujuan selain penelitian Anda tetapi kemudian digunakan dalam penelitian Anda. Data ini sudah ada sebelumnya dan digunakan kembali. Data sekunder yang dikumpulkan seperti artikel serta sumber yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan untuk suatu penelitian. Pemilihan teknik pengumpulan data sangat penting karena akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. Wawancara bersifat semi terstruktur yang mengacu pada rangkaian pertanyaan yang disusun tetapi memungkinkan pertanyaan baru muncul untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Dalam hal ini, peneliti menggunakan metode wawancara rinci dengan metode tanya jawab tatap muka antara subjek yang diwawancarai. Dalam wawancara ini penulis memilih narasumber yang bekerja di divisi program pengelolaan informasi dan komunikasi public yang mengelola semua sosial media diskominfo DIY seperti bagian kegiatan pengelolaan konten informasi dan komunikasi public serta kegiatan monitoring opini dan aspirasi public.

b. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap subjek atau situasi yang diteliti. Ini bisa dilakukan dengan mengamati perilaku manusia, proses bisnis, atau kejadian tertentu. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif (peneliti terlibat dalam kegiatan yang diamati) atau non-partisipatif (peneliti hanya sebagai pengamat). Observasi dilakukan pada akun Instagram @kominfoDIY dan aktivitas kehumasan dinas komunikasi dan informasi Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan informasi, tulisan, beserta gambar,

perekaman wawancara dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumentasi sangat penting dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian.

1.8. Teknik analisis data

Menurut Miles dan Huberman terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.⁹

A. Reduksi data

Reduksi data yang dilakukan penulis adalah mengorganisasi data, menggolongkan serta mengarahkan data sesuai dengan judul penelitian ini.

B. Penyajian data

Penyajian data yang dilakukan penulis adalah sekumpulan informasi yang ditulis naratif sehingga memudahkan penulis membuat kesimpulan dan fenomena yang terjadi.

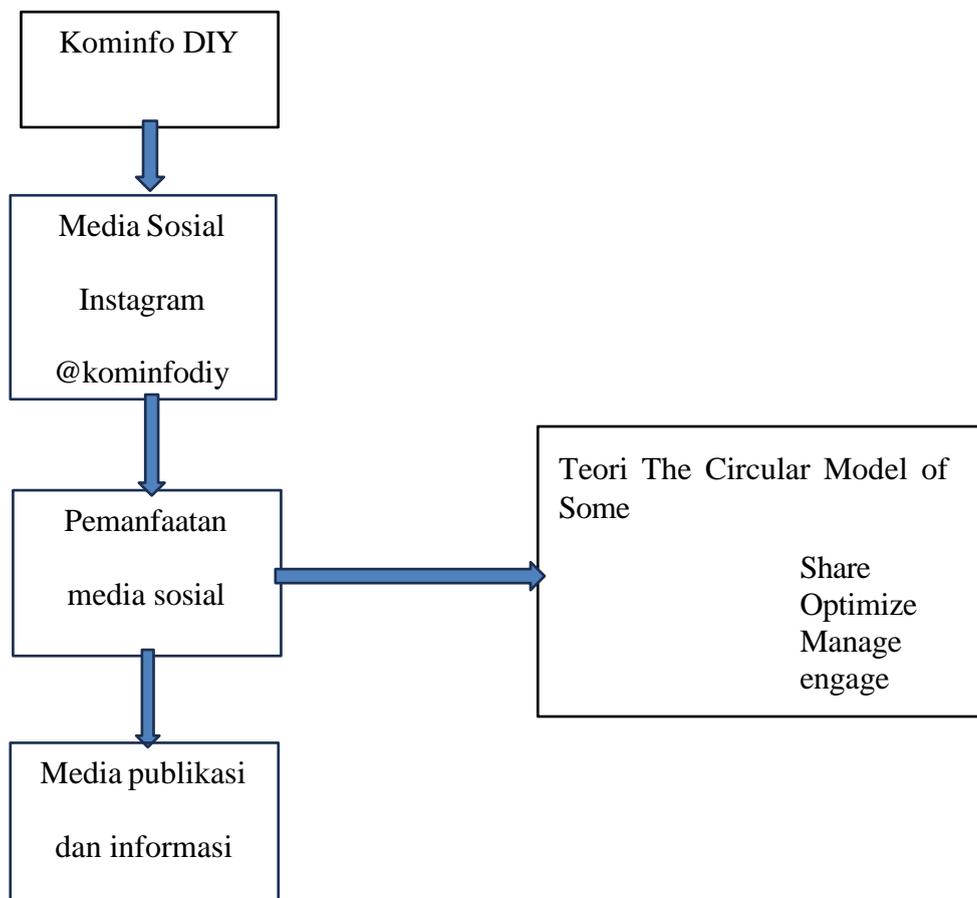
C. Penarikan kesimpulan

⁹ Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 27(10), 179-188.

Penarikan kesimpulan yang dilakukan penulis adalah dengan meninjau ulang penelitian yang dilakukan, meninjau ulang catatan lapangan dan penulisan.

1.9. Kerangka konsep, definisi konsep dan operasional konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi konsep

a. Media sosial

Media sosial adalah media yang penyampaiannya melalui online, dan mempermudah pengguna untuk berperan aktif serta saling melakukan pertukaran dimana ciri penyebaran informasinya dari satu ke banyak sasaran. Sosial media mencakup berbagai platform dan aplikasi online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain. Jaringan sosial yang paling umum digunakan adalah sosial media jaringan umum, yang kegiatan didalamnya meliputi berita, dan informasi dalam bentuk video, teks audio dan kutipan singkat. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan Tiktok adalah beberapa sosial media yang paling banyak digunakan diseluruh dunia. Instagram termasuk sosial media yang memiliki banyak fitur didalamnya, sosial media instagram mencakup gambar dan video. fitur yang ada di instagram seperti stories untuk membagikan foto dan video singkat yang hilang setelah 24 jam, Reels adalah platform video Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah video yang lebih panjang dan konten episodik, dan Feeds sebagai fitur utama dalam Instagram. ¹⁰Dalam memanfaatkan media sosial. Terdapat empat aspek tahapan-tahapan dalam model The Circular

¹⁰ Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial. Jurnal Ranah Komunikasi (JRK), 3(1), 34-44.

Model of Some ini, keempat aspek tahapan tersebut memiliki peran dalam bagiannya masing-masing yang terdiri dari Share, Optimize, Manage, dan Engage.

b. Media publikasi dan informasi

Media sosial telah menjadi platform utama untuk publikasi dan penyebaran informasi di era digital. Media publikasi dan informasi sebagai sarana atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan berita, informasi, dan materi publik kepada khalayak umum. Media ini memainkan peran penting dalam memberikan aksesibilitas dan pemahaman terhadap berbagai isu dan topik yang berkembang di masyarakat.

Di akun Instagram @kominfodiy sendiri. Sosial media digunakan untuk penyebaran informasi, media edukasi serta penyebaran informasi kebijakan baru yang ada di Yogyakarta. Media publikasi dan informasi berperan sebagai jembatan antara penerbit atau penyiar dengan khalayaknya. Mereka memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik, memberikan pengetahuan, dan memfasilitasi dialog yang penting dalam masyarakat.

c. Digital Public Relation

Public relations (PR) adalah bidang komunikasi yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan baik antara organisasi dan publiknya. Dalam era digital, praktik PR telah berkembang

untuk memanfaatkan teknologi dan platform online, dikenal sebagai Digital Public Relations (Digital PR). Digital PR melibatkan penggunaan media digital dan saluran online untuk mencapai tujuan komunikasi dan membangun reputasi.

Digital PR memberikan fleksibilitas dan kemampuan untuk berinteraksi lebih langsung dengan audiens online. Penting bagi praktisi PR untuk terus memahami tren dan teknologi terkini untuk mencapai tujuan komunikasi mereka di era digital. Digital PR seringkali fokus pada pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan lainnya. Ini mencakup pembuatan konten yang menarik, berinteraksi dengan pengikut, dan memonitor percakapan online.

1.9.3 Definisi operasional

Strategi media sosial sangat penting karena menyediakan saluran yang menghubungkan khalayak dengan minat yang sama, sehingga memungkinkan terjadinya dialog di mana hubungan yang bermakna dapat dibangun.¹¹Peneliti menggunakan teori dari Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of Some (Model Sirkuler SoMe)* dalam teori terdapat 4 tahapan yaitu :

- a. Share

¹¹Regina Luttrell, *Social Media: How to Engage, Share and Connect* (London: Rowman & Littlefield Publishers: 2015), hal. 41.

Tahapan ini tahapan bagaimana diskominfo DIY mengelola sosial media Instagram sebagai media publikasi dan penyebaran informasi sebagai interaksi terhadap Masyarakat melalui like, komentar yang didapat. Semakin banyak like dan komentar yang didapat, maka semakin banyak pula akun instagram @kominfodiy tersebut menjangkau public.

b. Optimize

Dalam tahapan ini menunjukkan cara bagaimana diskominfo mengoptimalkan konten yang akan disebar serta interaksi dengan audiens.

c. Manage

Tahap mengelola Instagram dari penyebaran informasi sampai membuat konten. Pada tahap ini Instagram @kominfodiy dikelola dengan baik, hal ini dibuktikan dengan konten mereka yang berisi tentang media publikasi, media informasi bahkan media edukasi.

d. Engage

bagaimana diskominfo DIY melibatkan followers instagram serta menjadi wadah umpan balik yang efektif.