**Pemanfaatan Facebook Pada Dinas Kominfo Kab.Lembata Sebagai Media Informasi Masyarakat Demi Meningkatkan Citra Instansi**

Theodora Titin Sura

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: theodorasura19Gmail.com

# ABSTRAK

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan juga dunia virtual. Blog, jejaring sosial, serta wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat umum. Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini seperti facebook, instagram, twiter, line, youtube, dan lain-lain. Sebagian besar media sosial mendorong pengguna untuk berdiskusi, memberikan umpan balik, voting, komentar, dan berbagai informasi sesuai dengan minat masing-masing salah satunya melalui facebook.Untuk menjelaskan tentang bagaimana pemanfaatan sosial media *facebook* pada Dinas Kominfo Kabupaten Lembata sebagai media informasi masyarakat dalam meningkatkan citra positif instansi. Metode: metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh penulis ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis yang dipakai penulis adalah menggunakan tiga elemen dari new media yaitu, yang pertama piranti atau medium yang memudahkan, mengefisiensikan, dan memperluas komunikasi antar penggunanya, yang kedua ialah membentuk kegiatan komunikasi yang melibatkan penggunaan medium atau piranti pada prosesnya, dan terakhir adalah membentuk sebuah jaringan komunikasi. Pemanfaatan facebook oleh Dinas Kominfo Kab. Lembata dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, pemanfaatan dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana sasaran yang telah dicapai, sehingga tercapai pemanfaatan dalam pelaksanaan program Dinas Kominfo telah mencapai tujuan. peran, media sosial facebook Dinas Kominfo Kab.Lembata dalam menyebarluaskan informasi dinilai telah optimal, hal ini terlihat dari kepuasan para pengikutnya dan masyarakat umum yang puas akan informasi yang diberikan. Informasi yang disampaikan oleh pihak Dinas Kominfo berkaitan dengan isu-isu yang ada di Kab.Lembata dan Pemerintahan Daerah Lembata kapan dinikmati kapanpun dan dimanapun melalui akun facebook tersebut.

**Kata kunci: facebook, media informasi, citra instansi**

ABSTRACT

Social media is an online media, with its users can easily participate, share, and create content including blogs, social networks, wikis, forums, and also the virtual world. Blogs, social networks, and wikis are the most common forms of social media used by the general public. Some examples of social media that are currently developing are Facebook, Instagram, Twitter, Line, YouTube, and others. Most social media encourage users to discuss, provide feedback, vote, comment, and share information according to their respective interests, one of which is through Facebook. To explain about how to use Facebook social media at the Department of Communication and Informatics of Lembata Regency as a medium of public information in increasing the positive image of the agency. Methods: the research method used is qualitative research methods, using data collection techniques used by the author are observation, interviews, and documentation. The technical analysis used by the author is to use three elements of new media, namely, the first is a device or medium that facilitates, streamlines, and expands communication between users, the second is to form communication activities that involve the use of a medium or device in the process, and the last is to form a communication system. communication network. Utilization of facebook by the Department of Communications and Information Kab. In delivering information to the public, utilization is used as a benchmark in assessing the extent to which the targets have been achieved, so that utilization in the implementation of the Ministry of Communication and Informatics program has achieved its goals. the role of social media Facebook Kominfo Kab.Lembata in disseminating information is considered optimal, this can be seen from the satisfaction of followers and the general public who are satisfied with the information provided. The information submitted by the Department of Communication and Informatics relates to issues that exist in the Lembata Regency and the Lembata Regional Government when enjoyed anytime and anywhere through the Facebook account.

Keywords: facebook, information media, agency image

PENDAHULUAN

Pemberitaan zaman sekarang ini sangat dibutuhkan oleh kalangan masyarakat luas. Di lingkungan masyarakat saat ini banyak sekali pemberitaan yang muncul baik itu pemberitaan tentang moral maupun tentang kekerasan moral dan sebagainya. Pentingnya pemberitaan ini untuk masyarakat juga kerena untuk bisa menginformasikan apasaja yang terjadi di kalangan masyarakat luas. Selain itu masyarakat yang sering mengkonsumsi berita-berita yang tersebar luas diluar sana juga harus bisa memilah mana berita yang benar-benar terjadi ataupun berita yang berbau berita bohong atau hoaks. Setiap individu pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial, yang mana untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari informasi tentang perkembangan sesuatu, dan juga untuk membagi informasi ataupun mengikuti salah satu trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sbagai bentuk eksistensi diri.

Jumlah penggunanan internet di Indonesia adalah 129,85 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta.penggunaan internet mampu berperan meningkatkan ilmu pengetahuan. Berdasarkan konten yang paling dikunjungi, penggunan internet paling sering mengunjungi web online shop dan juga facebook. Akses internet ini banyak digunakan untuk mencari informasi.

Penggunaan media sosial facebook pada suatu perusahaan, instansi pemerintah, organisasi, ataupun pemangku kepentingan, juga memberikan dampak yang besar bagi perusahan tersebut yang mana penggunaan sosial facebook bisa membantu persaingan yang ada di dunia kerja, sosial media facebook biasanya digunakan untuk memberikan informasi kepada para khalayak atau masyarakat luar tentang apa saja kinerja output ataupun input dari perusahaan atau kantor tersebut

Sosial media facebook juga dapat membantu perusahaan atau kantor untuk bisa mengarahkan, menggkordinir, serta dapat menciptakan dan menjaga citra publik suatu perusahaan ataupun kantor tersebut. Dalam facebook biasanya mencantumkan informasi mengenai pekerjaan atau hal yang berkaitan dengan perusahaan atau instansi yang dikerjakan. Dalam menyikapi perkembangan informasi biasanya suatu perusahaan atau instansi menyalurkan informasi terhadap khalayak dengan cara melakukan pengendalian informasi yang dicantumkan ke media sosial masing-masing perusahaan atau instansi tersebut salah satunya melalui sosial media facebook pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kab. Lembata.

Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Lembata menggunakan sosial media *facebook* sebagai media informasi terhadap masyarakat agar bisa menciptakan citra positif dimata publik. Untuk mencapai tujuan tersebut Hubungan Masyarakat dan Protokol Kabupaten Lembata memanfaatkan *facebook* yang mana mengunggah informasi mengenai program kegiatan dan kebijakan pemerintah kabupaten, menggunakan *facebook* sebagai salahsatu sarana informasi terhadap masyarakat karena dikalangan masyarakat Kabupaten Lembata masih banyak menggunakan *facebook* dan juga mencari informasi melalui *facebook.*

**Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Perbedan antara media sosial lainnya pada Dinas Kominfo dalam melakukan penyebar luasan informasi menggunakan facebook ini menarik perhatian dari public, yang mana dalam penyebarlusan informasi Dinas Kominfo menggunakan hampir semua fitur yang ada pada facebook, hal ini menjadikan penelitian ini memiliki nilai lebih. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan tentang bagaimana pemanfaatan sosial media *facebook* pada Dinas Kominfo Kabupaten Lembata sebagai media informasi masyarakat dalam meningkatkan citra instansi.

**Kerangka Teori**

1. Public Relation
	* + 1. Defenisi *Public Relation*

Dalam melaksanakan kegiatan kehumasan, pemerintah pusat dan daerah memiliki tanggung jawab sehari-hari yang sama, seperti Mempromosikan pemahaman publik tentang kebijakan lembaga, mengatur dokumen tentang kegiatan yang dilakukan oleh lembaga, dan memantau dan mengevaluasi reaksi dan pendapat publik.

Dalam hal ini humas perlu berkomunikasi terhadap masyarakat dan menjaga hubungan baik. Dari dialog yang dilakukan oleh humas dan masyarakat akan memunculkan opini-opini masyarakat yang mana merupakan salah satu input yang berharga bagi pemerintah. Dengan demikian humas pemerintah dapat memastikan dengan penyelenggaraan konferensi pers, pers tour, pers interview pemerintah.

* + - 1. Peran *Public Relation*

Pada suatu organisasi peran humas sangatlah penting. Pada penelitian mengenai aktivitas humas (*public relations*), terdapat 2 kiprah akbar yang secara konsisten ada pada aktivitas humas yaitu kiprah menjadi teknisi dan manajemen. Tugas menjadi teknisi mewakili seni berdasarkan humas misalnya mencatat, mengedit, merogoh foto, menangani produksi komunikasi, menciptakan event spesial, danmelakukan komunikasi bersama khalayak agar dapat menjaga supaya komunikasi dua arah permanen berlangsung. Ketiga menjadi fasilitator pemecahan masalah,ialah mereka yangbermitra menggunakan manajer senior buat mengenali dan memecahkan masalah.

* + - 1. Fungsi *Public Relation*

Fungsi humas paling dasar adalah membantu menetapkan dan mencapai tujuan program pemerintah, dan meningkatkatkan daya tanggap pemerintah, dan mengumpulkan informasi publik yang cukup untuk bertindak, mengatur diri sendri.

Berarti humas pemerintahan bertanggung jawab untuk melaksankan kegiatan politik dan bantuan publik dengan menyajikan segala macam informasi tentang strategi pemerintah yang tertuju rakyat atau masyarakat. Dan juga menyajikan jasa publik yang terbaik bersama birokrasi sederhana demi kepuasan masyarakat sehingga kalangan pemerintahan mendapat citra positif dari masyarakat dalam menjalankan tugasnya.

* + - 1. Tugas *Public Relation*

Tugas humas dalam suatu organisasi ataupun instansi adalah menjaga nama baik perusahaan dan menciptakan citra yang baik didepan publik untuk mendapatkan kepercayaan. Selain itu tugas humas juga dalam hal ini memberikan informasi kepada publik tentang suatu kegiatan yang dilakukan oleh instansi atau perusahaan agar publik dapat mengetahui informasi tersebut.

Humas pemerintah bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan dan layanan publik. Dalam kebijakan publik, humas mempunyai tugas memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat rakyat. Humas sektor publik, di sisi lain, berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dengan birokrasi yang sederhana untuk membuat masyarakat senang. Semoga dunia pemerintahan memiliki citra dan reputasi yang positif.

1. Citra Lembaga
	* + 1. Defenisi Citra

Prinsip dasar citra berakar pada nilai konkret, kepercayaan yang diberikan secara individu, pendapat atau persepsi, serta proses penambahan tatanan kepercayaan yang diberikan oleh orang-orang tersebut. Cepat atau lambat membentuk proses pembentukan opini publik yang lebih luas dan abstrak yang disebut citra.

Penggunaan media sosial pada suatu instansi pemerintah yang mana sebagai media untuk meningkatkan citra dan branding harus memperhatikan berbagai aspek terkait yang dapat memberikan pengaruh secara nyata pada instansi pemerintah tersebut. Media sosial saat ini memiliki fungsi yang penting untuk membangun citra sosial, baik untuk kepentingan individu maupun kelompok. Di media sosial, kita memiliki banyak kesempatan untuk menulis gagasan, opini, dan berbagai hal untuk membangun citra diri. Dulu, persaingan untuk membangun citra diri hanya terbatas pada media cetak. Namun kini, media sosial menawarkan berbagai kemungkinan itu. Pemanfaatan Media sosial pada era internet ini adalah saat dimana komunikasi merupakan hal yang mudah untuk dilakukan, tak mengenal jarak dan relatif relatif murah. Dalam mengelola media sosial yang dimilikinya, instansi pemerintah harus membentuk tim yang bertanggung jawab dalam pengelolaan konten dan harus dapat memperhatikan implikasi dari setiap konten yang diupload kedalam media sosial dimaksud.

Perlu dipahami bahwa sosial media telah secara fundamental mengubah cara orang berkomunikasi dengan satu sama lain. Komunikasi saat ini jauh lebih terhubung daripada waktu-waktu lalu. Banyak orang telah benar-benar kecanduan media sosial dan menghabiskan waktu berjam-jam pada setiap harinya. Perubahan pola komunikasi ini menjadi satu peluang bagi instansi pemerintah untuk meningkatkan citra instansi pemerintah tersebut di mata publik.

1. Media Baru (*New Media*)

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangatlah pesat dilingkungan masyrakat manapun dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan munculnya perubahan paradigma masyarakat dalam menggali informasi yang tidak lagi terbatas seperti pada berita surat kabar, audio, visual, dan elektronik, akan tetapi melalui sumber-sumber informasi yang lainnya diantaranya mlalui internet.

Internet didefenisikan sebagai jejaring komputer yang merata serta besar dan mendunia, yang mana menghubungkan pengguna komputer berdasarkan satu negara ke negara lain pada semua dunia, dimana didalamnya masih ada berbagai asal berita berdasarkan yang tidak aktif sampai yg bergerak maju dan interaktif

Media baru digambarkan menjadi media yang bisa mempersembahkan konten atau kabar secara interaktif, audien dimampukan untuk menanggapi setiap kabar secara mudah, pembaca sanggup bertindak dengan aktif membicarakan kabar, dan pembaca bisa berkomunikasi dan berafiliasi menggunakan pembaca atau anggota lainnya.

*New media* atau media baru disebut juga media digital. Media digital merupakan media yang secara digital menyimpan konten dalam format yang menggabungkan data teks, audio, dan berbagai jenis gambar, dan mendistribusikannya ke jaringan optik *broadband*, satelit, dan sistem transmisi.

Dalam media baru terdapat tiga elemen dasar antara lain sebagia berikut:

1. Sebagai piranti atau medium yang memudahkan, mengefektifkan, mengefisiensikan, dan memperluas komunikasi antar penggunanya.
2. Membentuk kegiatan komunikasi yang melibatkan penggunaan medium atau piranti (new media) pada prosesnya.
3. Membentuk sebuah jaringan komunikasi (organisasi) yang melibatkan penggunaan medium atau piranti (new media) pada prosesnya

Menurut Mc Quail ciri-ciri media baru ialah suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memilik fungsi publik, setiap penggunanya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. Masyarakat di era modernisasi seperti sekarang ini sudah sangat mudah untuk mengakses internet (media baru) tindak hanya dapat diakses melalui komputer saja, tetapi kini juga dapat mengaksesnya melalui tekhnologi telepon seluler atau handphone.

 Mc Quail telah mengiindentifikasikan media baru kedalam lima kategori yang dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konteks, dan kategorinya yaitu:

1. Media komunikasi antar pribadi misalnya adalah telepon genggam atau yang sering disebut (handpohne) dan surat elektronik seperi (E-mail).
2. Media permainan interaktif merupakan media yang berbasis komputer atau aplikasi game.
3. Media pencarian informasi merupakan mesin pencari atau sumber data yang mempermudah seseorang mencari informasi di internet, dengan menggunakan awalan WWW (world wide web)
4. Media partisipasi kolektif merupakan situs jejaring sosial seperti faceebook, instgram, path, line dll.
5. Substitusi media penyiaran merupakan media yang dapat mempermudah penggunanya untuk mengunduh suatu konten, misalnya seperti konten film, lagu dll
6. Sosial Media *Facebook*

Media sosial adalah media online, dengan penggunanya dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling populer yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia.

*Facebook* merupakan sosial media yang mulai marak di Indonesia sejak tahun2007 lalu. Masuknya *Facebook* pada pada budaya Indonesia menciptakan banyak transformasi pada bidang komunikasi, politik, danekonomi. Dalam bidang komunikasi, *Facebook* menerobos batasan ruang dan ketika pada berinteraksi. Dengan memakai *Facebook* komunikasi dievaluasi jauh lebih menarik lantaran *Facebook* mempunyai berbagai jenis fitur komunikasi poltik para politisi yang mulai berkampanye dan mendekatkan diri menggunakan para pengikutnya menggunakan memakai *Facebook.*

Teknologi web baru memudahkan siapa saja untuk membuat dan berbagi konten mereka sendiri. Posting ke blog, tweet, Instagram, Facebook, atau video YouTube sehingga jutaan orang dapat menyalin dan melihatnya secara gratis.

Di *facebook* kita dapat membagikan informasi secara massal. Cukup dengan membuat topik, menulis status, atau memanfaatkan kalender acara yang ada di *facebook*. Pengguna *facebook* dapat berbagi informasi. Salah satu dari pesan status yang dikirim adalah undangan. Baik itu undangan pernikahan ulang tahun, ataupun rapat. Informan dapat menyebarluaskan undangan lewat *facebook*, pemilik acara dapat mengkonfirmasi batas orang yang akan menghadiri acara tersebut, hal inilah yang sebuah kepraktisan oleh para informan.

**Motode Kajian**

Di penelitian kali ini peneliti memakai metode penelitian kualitatif dikarenakan beberapa pertimbangan, yaitu yang pertama penyesuaian metode kualitatif lebih muda bertemu dengan kenyataan ganda, yang kedua metode ini menyediakan secara langsung prinsip hubungan antara peneliti dan responden, dan yang ketiga metode ini lebih kritis dan lebih dapat menempatkan diri dengan banyak pengaruh bersama pola-pola nilai yang dihadapi.

Metode penelitian kualitatif ini dipakai dengan harapan penelitian ini akan dikupas secara mendalam oleh peneliti dengan wawancara secara mendalam. Strategi yang dipakai menjadi metode penelitian yang mana harapan kedepannya sebagai acuan masyarakat agar penelitian ini bisa dimengerti secara mudah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengakumulasi informasi tentang status sebuah tema, gejala, atau keadaan yang ada yaitu keadaan atau fenomena yang menurut apa adanya saat melakukan penelitian.

### **a. Subjek Penelitian**

Pada dasarnya subjek penelitian merupakan narasuber atau informan dari suatu riset yang mana merupakan responden dari bagian yang dijadikan sebagai contoh dari suatu penelitian, sederhananya yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang ada pada susatu perusahaan atau instansi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Subjek dari penelitian ini yaitu Kepala Dinas Kominfo Kabupaten Lembata. Beliau dijadikan sebagai subjek utama penelitian ini dikarenakan pada dasarnya beliau yang bertanggung jawab atas aktivitas Dinas Kominfo Pemerintah Daerah saat ini. Keaktifan rutinitas beliau sehari-hari dalam kegiatan dinas kominfo tentunya akan mendapatkan informasi serta penjelasan yang relevan pada penelitian ini, yang mana perannya dalam kegiatan dinas kominfo daerah ini sudah sangat bertanggung jawab sampai saat ini. Kepala Dinas Kominfo disisi ini ditetapkan sebagai juru kunci dari penelitian ini.

Selain itu subjek penelitian ini juga dibantu oleh kedua pegawai Dinas Kominfo yang mana mereka juga terlibat aktif dalam bertanggung jawab serta memberikan kontribusi ide-ide, kedua narasumber ini adalah Kepala Bidang Pengelolaan Informasi Publik dan Kepala Seksi PIB/Pranata Humas. Dan juga pada lingkup yang menjalankan dan memanfaatkan media relation melalui *facebook* untuk mendapatkan citra positif.

### **b.** **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yakni tindakan yang sangat penting dalam penelitian yang mana tujuan utama dalam penelitian ialah menghasilkan data dari berbagai sumber, Adapun metode pengumpulan data skripsi yaitu:

1. **Wawancara**

Wawancara dapat dikatan sebagai sebuah data yang digunakan dengan sistem tanya jawab secara lisan dengan informasi untuk mendapatkan informasi atau keterangan secara langsung. Dengan metode wawancara peneliti harus berasumsi tentang pelaksanaan agar bisa mendapatkan jawaban dari nara sumber secara langsung. Peneliti memberikan pertanyaan terhadap nara sumber yang berhubung dengan permasalahan yang di teliti, wawancara ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan panduan untuk melaksanakn tanya jawab yang mana untuk memperoleh gambaran umum tentang topik yang di teliti. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap pihak Dinas Kominfo Kabupaten Lembata guna mendapatkan informasi

Pada sesi wawancara peneliti menggunakan metode wawancara melalui via google meet ataupun melaui via whatshap. Hal ini dilakukan karena sedang maraknya perkembangan virus covid-19 yang menyebabkan peneliti tidak melakukan penerjunan langsung ke lapangan, selain itu wawancara yang dilakukan secara *online* ini juga membantu memutuskan tali rantai penyebaran virus covid-19 ini.

Pada wawancara ini peneliti ingin menggali lebih dalam lagi tentang manfaat timbal balik balik antara sosial media *facebook* yang mana memberikan dampak apa saja pada Dinas Kominfo. Pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini, peneliti juga ingin mengetahui seberapa jauh Dinas Kominfo memanfaatkan sosial media *facebook* ini. Peneliti juga akan menggali lebih dalam lagi apa dampak positif dan negatif dari pemanfaatan sosial media *facebook* ini.

1. **Observasi**

Obeservasi yakni gabungan data yang dilakukan dengan cara memperhatikan obejek penelitian secara seksama. Istilah ini dapat diartikan dengan salah satu teknik pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Observasi yang dilakukan disini difokuskan pada tiga komponen pada tiga komponen utama yaitu, pelaku,waktu, dan aktivitasnya. Pengamatan ini di lakukan lansung oleh objek atau subjek dari penelitian agar data yang didapatkan sesuai dengan yang ada dan relevan dan sesuai dengan tujuan peneliti.

Pada observasi ini peneliti melakukan sesi pengamatan pada sosial media *facebook* Dinas Kominfo Kabupaten Lembata dan juga sosial media lainnya yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada masyarakat luas khususnya masyarakat Kabupaten Lembata, Hal ini dilakukan untuk bisa mengetahui seberapa jauh pemanfaatan sosial media *facebook* pada Dinas Kominfo Kabupaten Lembata. Dalam melakukan observasi peneliti juga ingin menggalih lebih dalam lagi tentang cara kerja sama bersama masyarakat yang mana sebagai penerima atau yang mengkonsumsi informasi yang dipublikasikan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Lembata.

1. **Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang mana menggunakan teknik pengumpulan data serta menelaah dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan dengan dengan objek penelitian. Metode ini juga sangat penting seperti halnya dengan metode-metode penelitian lain ialah metode dokumentasi yakni memeriksa data tentang hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. Kemudian data-data tersebut didokumentasikan dalam bentuk cased-recorder dan foto.

Pada proses dokumentasi peneliti akan melakukan beberapa dokumentasi seperti mencaridan juga menelaah sosial media yang dimiliki oleh Dinas Kominfo Kab.Lembata khususnya media sosial *facebook*, agar bisa mendapatkan informasi seberapa jauh pemanfaatan sosial media, seperti tanggal berapa menggunakan media sosial *facebook*. Selain itu peneliti juga akan melakukan beberapa sesi dokumentasi yang mana akan menjadi bukti bagi peneliti pada penelitian ini. Sesi dokumentasi ini dilakukan saat melakukan proses wawancara secara online dan juga melakukan dokumentasi atau pengambilan foto pada facebook pada Dinas Kominfo Pemerintah Daerah untuk menjadi bukti bagi peneliti dan juga melalui buku-buku, jurnal, media sosial, dan informasi berbasis internet lainnya yang mempunyai hungungan korelasi dengan tema penelitian ini.

**Hasil Kajian**

Pada penyebarluasan informasi Dinas Kominfo memanfaatkan media baru seperti menggunakan portal berita, web, dan juga media sosial lainnya seperti facebook, instagram, dan youtube. Hal ini dilakukan oleh pihak Dinas Kominfo karena mereka berusaha menjadi yang pertama dalam menyebarluaskan informai tentang kegiatan Pemerinatahan Daerah Kab.Lembata sehingga masyarakat dapat menerima informasi yang terupdate dan akurat selain itu juga untuk memudahkan para pegawai yang ada di Dinas Kominfo untuk memantau jangkauan pesan dan bagaimana interaksinya dengan khalayak, dengan demikian akan menjadi masukan pada atasan untuk domain arah kebijakan ke depannya. Selain itu juga untuk mengetahui terkait indeks kepuasan pembaca Dinas Kominfo juga melakukan survey yang mana survey ini dilakukan pada organisasi yang ada dibagian Sekretariat Daerah.

Konten yang diunggah oleh pihak Dinas Kominfo diharapkan dapat menjadi salah satu informasi yang dapat diterima oleh masyarakat umum khususnya masyarakat Kab.Lembata, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan komunikasi yang baik antara pengikut dan pengguna facebook tersebut. Dengan adanya komunikasi timbal balik maka akan muncul modal pengetahuan komunikasi internal ataupun eksternal yang baik. Pada hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti juga menemukan unggahan-unggahan pada Facebook Dinas Kominfo yang mana selalu memberikan sesuatu konten yang menghibur kepada para pengikutnya, seperti mengikuti isu yang sedang ada dikalangan masyarakat Lembata yang mana dirangkum menjadi satu dan dijadikan sebuah konten yang akan disebarluaskan kepada khalayak.

Dengan memberikan konten-konten berita atau informasi yang baik pada public maka akan ada tanggapan yang baik pula oleh public. Pada Dinas Kominfo selalu memberikan informasi yang akan disebarluaskan kepada public dengan baik hal ini dilakukan untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari public atau masyarakat umum, dengan adanya kepercayaan dari para pengikutnya maka dapat mempermudah pihak Dinas Kominfo untuk bisa memberikan konten-konten yang lebih baik lagi, serta dengan adanya tangapan yang baik dari para pengikutnya maka Facebook Dinas Kominfo juga mendapatkan peningkatan citra yang positif di mata public.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti juga menemukan beberapa fitur facebook yang digunakan oleh pihak Dinas Kominfo sebagai sarana penyampaian informasi dan penyebarluasan informasi kepada masyarakat umum. Pemanfaatan facebook oleh Dinas Kominfo dimudahkan dengan adanya fitur yang menarik pada facebook yakni seperti, facebook story, unggah foto atau video, kolom komentar, caption, like, share, inbox, tag lokasi, dan juga grup. Beberapa fitur facebook ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

* + Mengunggah foto dan video

Layaknya album foto, Facebook dikenal sebagai platform media sosial pertama yang menggantikan album foto berbentuk buku menjadi versi online. Tidak hanya foto dan kata-kata facebook juga dapat mengunggah video. Hal imi dimanfaatkan oleh Dinas Kominfo untuk menambahkan foto dan video pada konten yang akan diposting pada facebook itu sendiri yang mana sebagai daya tarik pembaca yang mana tidak hanya membaca berita yang disampaikan tetapi juga bisa melihat foto atau video yang berkaitan dengan apa yang diberitakan.

* **Meninggalkan Komen dan Reaksi**

Di Facebook, anda bisa berkomentar dalam sebuah postingan. Selain berkomentar, anda juga bisa meninggalkan reaksi berbentuk emoji. Emoji terdapat beberapa pilihan yaitu suka, haha, sedih, marah dan hati. Pada facebook Dinas Kominfo selalu memberikan tanggapan-tanggapan pada kolom komentar yang diberikan oleh para pengikutnya, hal ini dilakukan umtuk dapat terlihat Facebook Dinas Kominfo terkesan dekat dengan para pengikutnya.

* Like (suka)

Pada fitur suka memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berinteraksi dengan pembaruan status, komentar, foto, tautan yang dibagikan oleh teman, video, dan iklan. Yang mana pengguna dan pengikut facebook yang merasa tertarik dengan unggahan yang diberikan dapat memberikan like dengan menekan emot yang telah tersedia.

* Caption

Caption merupakan tulisan ataupun memberitahuan terkait dengan foto ataupun video yang diunggah. Dalam mengunggah foto atau video dengan caption yang menarik maka akan menarik banyak orang untuk mebaca isu dari keterangan tersebut.

* Share (Bagikan)

Pada fitur ini dijelaskan bahwa jika pengguna facebook tertarik pada suatu hal yang diunggah di facebook oleh pengguna lainnya, maka mereka bisa membagikan postingan atau konten tersebut agar pengguna lainnya dapat dengan mudah melihat berita tersebut.

* Facebook Story

Facebook story dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak Dinas Kominfo sebagai salah satu sumber informasi atau jembatan penghubung pemberitaan atau konten informasi yang diunggah. Hal ini dilakukan untuk menarik para pembaca untuk dapat membaca atau menelaah lebih dalam lagi konten yang diberikan oleh pihak Dinas Kominfo. Pemanfaatan facebook story ini sangat membantu kerja pihak Dinas Kominfo dalam penyampaian informasi dengan adanya facebook story yang diunggah oleh pihak Dinas Kominfo maka dengan muda pembaca membaca berita apa saja yang diinginkan.

* Inbox

Pada fitur inbox atau kotak masuk yang ada pada facebook digunakan oleh pengguna facebook untuk mengirimkan pesan privasi terhadap pengguna facebook lainnya. Pesan-pesan yang dikirimkan secara personal tidak dapat dilihat oleh pengguna facebook lainnya. Selain mengirimkan pesan pengguna facebook juga dapat mengirimkan foto atau video melalui inbox. Dalam hal ini pihak Dinas Kominfo memantau penyampaian informasi dan interaksinya terhadap pengikutnya ataupun masyarakat umum dengan memanfaatkan inbox yang mana membantu pihak Dinas Kominfo dengan menerima tanggapan-tanggapan atau komentar dari khalayak dengan cara mengirimkan pesan secara privasi.

* Tag Lokasi

Fitur tag lokasi merupakan salah satu fitur yang mana membantu pengguna facebook untuk dapat menambahkan atau memasukan lokasi pada foto atau video yang akan di unggah ke halaman facebook pengguna. Tag lokasi digunakan agar pengikut facebook dapat mengetahui dimana kegiatan dari pembuatan konten pada facebook ini berada.

* Grup

Grup facebook merupakan salah satu ruang yang digunakan untuk berkomunikasi dari pengguna facebook yang satu dan pengguna facebook lainnya yang mana lebih dari satu orang. Grup facebook juga menyediakan platform dan beragam fitur kepada pemilik Halaman untuk membangun komunitas yang interaktif dan relevan antara pelanggan lama dan calon pelanggan. Pada Dinas Kominfon untuk melakukan interaksi yang baik, Dinas Kominfo juga tidak luput menambahkan tautan menggunakan fitur grub ini bersama pengikutnya, yang mana dinilai lebih efektifitas dan efisiensi dalam penyampaian informasi. Dengan adanya grup pada facebook maka pengikut facebook Dinas Kominfo dapat memberikan komentar dan dapat ditanggapi oleh pengikut lainnya dan juga dari Dinas Kominfo.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Lembata dapat menarik kesimpulan mengenai pemanfaatan akun facebook yang dikelola oleh Bidang Pengelolaan Informasi Publik, dalam memanfaatkan facebook sebagai media informasi masyrakat Dinas Kominfo ialah, dari segi peran, peran, media sosial facebook Dinas Kominfo Kab.Lembata dalam menyebarluaskan informasi dinilai cukup memberikan informasi yang akurat dan cepat bagi masyarakat hal ini terlihat dari kepuasan para pengikutnya dan masyarakat umum yang puas akan informasi yang diberikan. Informasi yang disampaikan oleh pihak Dinas Kominfo berkaitan dengan isu-isu yang ada di Kab.Lembata dan Pemerintahan Daerah Lembata kapan dinikmati kapanpun dan dimanapun melalui akun facebook tersebut. Sedangkan dari segi hambatan, adapun hambatan dari yang dihadapi dalam pemanfaatan facebook Dinas Kominfo yang mana dari segi penyampaian informasi, masih ada sebagian kecil masyarakat yang masih belum mengetahui serta merasa masih kurang terhadap informasi yang diberikan oleh facebook Dinas Kominfo tersebut. Dan yang ketiga yaitu dari segi upaya, upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak Dinas Kominfo Kab.Lembata dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat melalui facebook Dinas Kominfo tidak terpaku pada satu media atau aplikasi, tetapi pihak Dinas Kominfo memanfaatkan media atau aplikasi lainnya dalam penyampaian informasi dan penyebarluasan informasi salah satunya menggunakan media sosial facebook. Pemanfaatan facebook oleh pihak Dinas Kominfo Kab.Lembata cukup memberikan dampak nilai positif dari masyarakat yang mana dilihat dari reaksi komen dari pembaca konten berita atau pengikut facebook yang merepresentasikan pemberitaan tersebut dengan baik.

**Daftar Pustaka**

Ahmad, Muamir Darawowardy. 2012. Strategi Dan Peranan Bagian Humas Dan Informasi Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Kota Yogya Berhati Nyaman. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Alfi, Fatin Nabila. 2018. Strategi *Public Relation* Pemerintah Kabupaten Jember dalam Meningkatkatkan Citra Positif Instansi melalui Media Relation*.* Skripsi.IAIN Jember.

Amelia Virginia, 2012, ‘Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru’, Jurnal Komunikasi Indonesia, volume I, Nomor 2.

Anshari, Hannah Mahfuzhah, 2018, *Media Publikasi dalam Pendidikan*, PP Nurul Jadid Karangan Paiton Probolinggo.

Evawani Elisa Lubi. Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah, Fisip Universitas Riau.

Frank, Jefkins, 2003, *Public Relation,* Erlangga, Jakarta.

Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 2017, volume 2, nomor 2:47-62.

Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 2008. vol.8 nomor 2.

Jurnal Komunikasi Indonesia, 2012. volume I, nomor 2.

Kamus Besa Bahasa Inonesia, 2008. Gramedia Pustaka Utama.

Karolus Kia Burin,Dinas Kominfo Lembata : site.lembatakab.go.id/2019.

Maria, Astuti Roka. 2021. Strategi Humas Sekretariat Kabupaten Ngada dalam Penyebarluasan Informasi kepada Publik ditengah Pandemi Covid-19. Skripsi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Yogyakarta.

Onong Uchjana Effendy, 2016, *Ilmu Komunikai*: Teori dan Praktek, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Rachmat, Kriyantono, 2008, *Public Relations Writing*, Kencana, Jakarta.

Rachmat, Kriyanto, 2006, Teknis Praktisi Riset Komunikasi, Prenada Media Group, Jakarta.

Rila, Suci Andhara. 2019. Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan melalui Media Sosial Facebook di Sekretariat Daerah Kabupaten Kompar*.* Skripsi. Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim. Riau.

Rosady, Ruslan. 2010. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Rosady, Ruslan, 1999, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Saputra, Muhamad. 2019. Strategi media Relation dalam Membentuk Citra Porsitif pada Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Tanjungpinang. Skripsi. Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sr. Maria Assumpta Rumanti OSF, 2022, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Sugeng, Pujileksono. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif,* Kelompok Instans Publishing, Malang.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kualitatif,* Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method),* Alfabeta, Bandung

Yuliana, Nina, 2014, *Media Relation*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Yulianus Klino Putra, Lukas Lebi Daga. 2019. Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Ngada Dalam Meningkatan Citra Pemerintah. Skripsi. Prodi Ilmu Komunikasi, Fisip Undana.

Zulkarnain, Nasution, 2010, *Manajemen Humas di lembaga pendidikan.*

<https://site.lembatakab.go.id/profile/lambang-lembata>

<https://www.diskominfo.lembatakab.go.id>.

<http://eprints.umm.ac.id/37045/3/jiptummpp-gdl-salwasausa-50798-3-babii.pdf>