

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meskipun teknologi sudah mengalami perkembangan dengan beriringan pada kebutuhan manusia, teknologi informasi telah membantu manusia berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain tanpa batas waktu dan ruang, memenuhi kebutuhan individu dan kelompok. Semakin banyak orang yang menggunakan teknologi berbasis internet, baik disektor bisnis atau sosial, penggunaan internet pada sektor sosial berguna menjalin hubungan atau jejaring sosial.¹

Penggunaan internet dalam sektor sosial tidak hanya memungkinkan interaksi antarindividu, tetapi juga memberikan manfaat lebih lanjut dalam bentuk pembelajaran, kolaborasi global, pemberdayaan masyarakat, dan kemajuan professional. Hal ini mencerminkan peran positif teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas hidup dan pengembangan individu serta masyarakat secara keseluruhan.

Media sosial kini telah menjadi elemen integral dalam kehidupan masyarakat. Pada tahun terakhir ini pertumbuhan teknologi dan kemudahan akses telah menjadikan media sosial diminati oleh jutaan orang di seluruh dunia. Melalui platform ini, individu dapat berinteraksi dengan sesama, berbagai informasi, dan mengekspresikan diri secara online.²

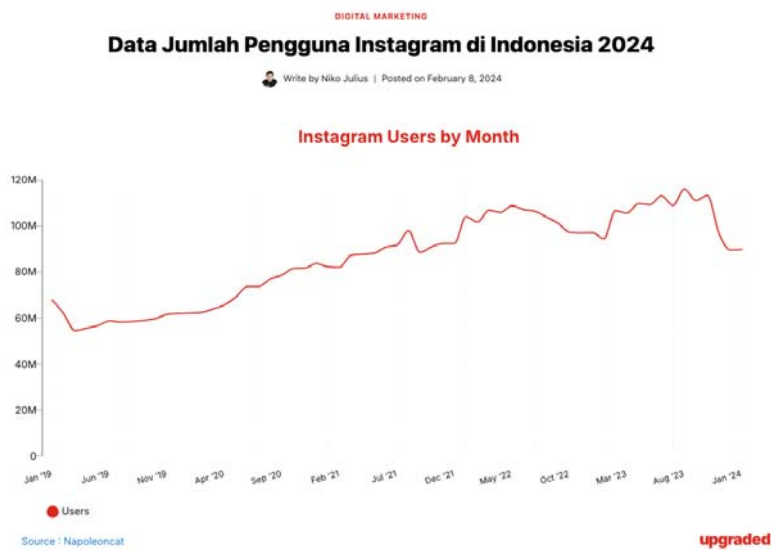
Kemampuan media sosial untuk memfasilitasi koneksi sosial yang kuat adalah salah satu keunggulannya yang paling menarik. Pengguna dapat berinteraksi dengan individu yang

¹ Natasha, R.H. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Relasi Sosial di SD Penuai Medan*. Skripsi. Universitas Mercubuana Yogyakarta.

² Kusumaningrum, N.A& Widiaeri, P.W. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara "Taman Paseban"*. Lektu, Jurnal Ilmu komunikasi, 4(4)).

kemungkinan tidak ditemukan pada kehidupan nyata melalui platform ini. Ini membuka peluang untuk meningkatkan jejaring sosial yang lebih luas, meningkatkan pemahaman terhadap berbagai pandangan, dan menerima dukungan dari mereka yang mempunyai minat atau pengalaman yang sama dengan mereka.³

Media sosial yang mengalami perkembangan pesat pada saat ini ialah Instagram, dan menjadi platform yang dimanfaatkan oleh orang untuk berinteraksi dan memberikan informasi. Pengguna Instagram dapat membagikan cerita sehari-hari dan konten unik kepada pengikutnya. Instagram adalah alat yang bagus untuk mempromosikan dan memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat luas karena banyaknya penggunanya dan kemampuan untuk berbagi konten visual.



Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

³ Hastuti, D.A.S. & Susilowati, E. (2020). *Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik*. Academic Journal of Da'wa and Communication. 1(1), 40-57.

Per Mei 2024, Jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai angka mengesankan yaitu 90.183.200 pengguna.⁴ Angka ini menunjukkan betapa kuatnya peran Instagram dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia, baik untuk berkomunikasi, berbagai momen hingga menyebarkan informasi.

Instagram sekarang juga digunakan oleh instansi dan perusahaan untuk meng-update berbagai informasi.⁵ Salah satu contohnya adalah Dinas Kebudayaan DIY, yang menggunakan Instagram @dinaskebudayaan DIY sebagai platform media sosial yang berguna untuk memperkenalkan kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat umum.

Ketika mendengar Kota Yogyakarta, terlintas dalam pikiran keunikan kota di Pulau Jawa, Indonesia. Keistimewaan kota ini tergambar dari warisan tradisi Jawa yang kuat, seperti dalam seni batik, seni perak, pertunjukan wayang, musik gamelan, dan tidak ketinggalan, hidangan khasnya yang terkenal, Gudeg. Sebagian besar wilayah kota ini siberikan sentuhan budaya Jawa yang tak terlupakan, menciptakan karakteristik yang sulit dilupakan. Ornamen khas Jawa terlihat menghiasi lampu-lampu jalan, bangunan, gedung-gedung di sepanjang jalan, dan elemen-elemen lainnya, menambah keunikan dan keindahan kota ini. Inilah alasan mengapa Yogyakarta sering disebut sebagai Kota Budaya.⁶ Dengan segala keunikannya, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi budaya yang dapat dikenalkan dan dipromosikan melalui Instagram.

Dinas Kebudayaan DIY memanfaatkan media sosial secara aktif guna memperluas informasi pada masyarakat. Dari lima platform media sosialnya, Instagram, Tiktok, Twitter,

⁴ Julius. N. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024*. Upgraded.id. Diakses pada 20 Juni 2024.

⁵ Putri, C.E. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @Jbradiodaerah Istimewa Yogyakarta Dalam Membangun Citra*. Skripsi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

⁶ Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Yogyakarta, Kota Istimewa dengan Sejuta Kenangan dan Keunikan. Diakses 25 Desember 2023.
https://pmpetenzinan.jogjakota.go.id/web/detail/74/yogyakarta_kota_istimewa_dengan_sejuta_kenangan_dan_keunikan

Facebook, dan YouTube, hanya Instagram @dinaskebudayaandiy yang digunakan paling sering oleh Dinas Kebudayaan DIY untuk menyebarkan informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Aktivitas yang tinggi di Instagram terlihat dari unggahan yang konsisten, interaksi yang lebih besar dengan pengikut, serta penggunaan fitur-fitur seperti stories, reels, dan feeds yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih menarik.

Instagram memiliki basis pengguna yang besar dan beragam, yang memungkinkan Dinas Kebudayaan DIY untuk mencapai audiens yang luas dan beragam. Instagram adalah platform yang ideal untuk menampilkan keindahan dan kekayaan kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta melalui konten visual seperti foto seni, tarian tradisional dan lainnya. Melalui akun Instagram mereka, Dinas Kebudayaan DIY dapat mempromosikan acara budaya seperti festival, konser, pameran seni, dan lainnya. Dengan mengelola akun mereka secara konsisten, mereka juga dapat mempertahankan dan memperkuat identitas budaya Daerah Istimewa Yogyakarta dan memastikan bahwa warisan budaya yang penting tetap hidup.

Dinas Kebudayaan memiliki tugas untuk melestarikan dan mengembangkan kebudayaan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Instagram memiliki jumlah pengguna yang banyak di Indonesia membuat Dinas Kebudayaan mengelola Instagram untuk menyebarkan informasi kebudayaan DIY. Akun instagram @dinaskebudayaandiy memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya Yogyakarta. Dengan menampilkan konten-konten visual, akun ini membantu melestarikan dan mengembangkan warisan budaya kepada generasi muda dan masyarakat luas.

Pihak internal dan pihak eksternal yang bertugas menjalankan akun Instagram resmi Dinas Kebudayaan DIY menjadi subjek penelitian ini. Pihak eksternal aktif dalam mengelola

postingan, membalas komentar, dan berinteraksi dengan pengikut di akun Instagram Dinas Kebudayaan DIY. Pihak internal tetap bertanggung jawab atas rencana tersebut untuk menjamin bahwa konten yang dibagikan mematuhi tujuan dan visi departemen.

Sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta pada masyarakat umum, Dinas Kebudayaan DIY memiliki peran penting sebagai instansi yang berkaitan dengan kebudayaan DIY. Dinas Kebudayaan DIY harus menangani berbagai tantangan dalam mengelola akun Instagram mereka, seperti bagaimana cara konten yang bisa menarik dan berhubungan dengan pengguna lain.

Meskipun media sosial Instagram menawarkan potensi besar dalam memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta, tidak menutup kemungkinan pengelolaannya dihadapkan pada berbagai faktor yang dapat menghambat dan mendukung upaya tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan melaksanakan penelitian yang mendalam tentang bagaimana pengelolaan media sosial Instagram Dinas Kebudayaan DIY sebagai media untuk memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas.

Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana Dinas Kebudayaan DIY menggunakan akun Instagram sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat. Diharapkan bahwa analisis pengelolaan media sosial Instagram Dinas Kebudayaan DIY akan memberikan informasi yang berguna untuk membangun strategi pengelolaan media sosial yang lebih efisien untuk mempromosikan dan melestarikan kebudayaan yang kaya dan berharga di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menerapkan teori "The Circular Model of SoMe" sebagai kerangka teoritis. Menurut teori ini, komunikasi merupakan suatu tahapan yang berhubungan dengan interaksi antara pengirim dan penerima pesan, jalur komunikasi, respons, serta konteks. Dalam konteks Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, akun Instagram mereka berfungsi sebagai pengirim pesan yang bertujuan untuk memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat. Instagram adalah saluran komunikasi yang digunakan, yang kemungkinannya digunakan mencapai khalayak yang meluas dan beraneka ragam.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut :

Bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy digunakan sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ialah menyelesaikan permasalahan pada latar belakang dan rumusan masalah. Berikut tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy digunakan sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas.

2. Faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengelolaan media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap kemajuan ilmu komunikasi, terutama dalam konsentrasi public relation. Selain itu menjadi referensi bagi peneliti lain tentang pengelolaan media sosial instagram @dinaskebudayaandiy dapat menjadi sumber data empiris bagi peneliti dalam media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis diharapkannya mampu memberi penjelasan tentang proses pengelolaan media sosial instagram sebagai saran untuk memperkenalkan kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan Dinas Kebudayaan DIY untuk mendengarkan umpan balik, menciptakan keterlibatan, dan menyesuaikan program budaya berdasarkan kebutuhan dan minat masyarakat.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang merupakan suatu pandangan yang memandang bahwa realitas tidaklah tetap dan selalu berhubungan dengan masa lalu, masa sekarang, dan masa depan. Realitas dalam keadaan seperti itu dapat diinterpretasikan melalui pembentukan konsep yang muncul dalam kesadaran

peneliti dan pengalamannya yang terkait dengan kehidupan.⁷ Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena disebabkan peneliti bisa memahami dan mengeksplorasi cara pengelolaan media sosial menyebarkan informasi kebudayaan melalui manajemen media sosial.

1.5.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode kualitatif. Metode kualitatif ialah penelitian yang memiliki tujuan guna memahami permasalahan dari sisi subjek yang diteliti, seperti sikap, tanggapan, tindakan, kegiatan dengan keseluruhan serta menjelaskan kedalam sebuah kalimat dan Bahasa pada sebuah konteks khusus yang dengan menggunakan metode ilmiah.⁸

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy oleh Dinas Kebudayaan DIY dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas. Dan juga memecahkan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengelolaan media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy pada Dinas Kebudayaan DIY sebagai alat penyebaran kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat luas.

1.5.3 Subjek dan objek penelitian

Terdapat 2 subjek pada penelitian ini yaitu pihak internal dan pihak eksternal yang bertanggung jawab atas pengelolaan akun instagram resmi Dinas Kebudayaan

⁷ Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books

⁸ Moleong, J.L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). Hal 6.

DIY. Individu yang secara aktif terlibat dalam mengelola konten yang diposting di akun Instagram Dinas Kebudayaan DIY, termasuk pengelolaan postingan, respons terhadap komentar, dan interaksi dengan pengikut. Sementara pihak internal tetap memegang kendali strategis untuk memastikan konten yang dibagikan sesuai dengan tujuan dan visi dinas. Peneliti memilih subjek tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut mengenai bagaimana pengelolaan media sosial khususnya Instagram @dinaskebudayaandiy yang dilakukan oleh tim pengelola Instagram Dinas Kebudayaan DIY, dan juga ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengelolaan media sosial Instagram pada Dinas Kebudayaan DIY sebagai alat penyebaran informasi kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti memilih subjek tersebut karena ingin mengeksplorasi konten yang disajikan oleh akun Instagram @dinaskebudayaandiy. Akun ini menyajikan informasi terkait kegiatan yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan DIY, serta mencakup informasi tentang kebudayaan di Daerah Istimewa Yogyakarta secara keseluruhan.

Sedangkan objek penelitian ini menggunakan pengelolaan Instagram @dinaskebudayaandiy sebagai media informasi dan publikasi sebagai memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta. Melalui platform ini, Dinas Kebudayaan DIY berusaha menyebarluaskan berbagai aspek kebudayaan lokal, mulai dari konten edukatif tentang kebudayaan, adat istiadat, tokoh-tokoh budaya, acara budaya kepada masyarakat luas.

1.6 Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan hasil wawancara dan observasi yang diperoleh langsung dari sumber yang dapat diandalkan.⁹ Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ryan Saputra selaku Kepala Subbagian Program Dinas Kebudayaan DIY, dan Rendy Sanjaya selaku pihak eksternal yang mengelola akun Instagram. Wawancara ini memberikan wawasan yang mendalam tentang pengelolaan media sosial. Serta observasi pada aktivitas akun @dinaskebudayaandiy

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang telah diproses sebelumnya atau diambil dari sumber lain oleh peneliti untuk mendapatkan tambahan informasi. Data ini dapat seperti dokumentasi, jurnal, buku, publikasi pemerintah dan sumber lainnya berhubungan dengan penelitian.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan menggunakan tiga teknik, yakni¹⁰:

1.7.1 Wawancara

Wawancara ialah pertukaran informasi antara dua orang atau lebih yang bertujuan memperoleh makna tertentu pada suatu topik pembicaraan. Teknik wawancara ini dimanfaatkan guna mengumpulkan data saat peneliti ingin melaksanakan studi awal guna indentifikasi masalah yang akan dilakukan penelitian dan juga digunakan untuk memahami secara mendalam terkait tanggapan yang sudah

⁹ Siyoto. S. M.Kes & M.Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri.

¹⁰ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

diberikan. Wawancara, bertukar informasi tentang bagaimana pengelola Instagram dengan Kepala Subbagian Program dan juga pihak eksternal.

Peneliti memilih wawancara sebagai metode untuk mengidentifikasi permasalahan secara lebih terbuka. Dalam pendekatan ini, peneliti akan merancang pertanyaan yang mengarah ke arah permasalahan yang sedang diteliti, dan pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijadikan panduan selama proses wawancara. Peneliti memilih untuk menggunakan wawancara semi terstruktur sebab memungkinkan munculnya pertanyaan-pertanyaan dari pihak yang memberikan informasi sehingga memungkinkan dilakukannya analisis dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap suatu informasi.

1.7.2 Observasi

Observasi ialah sikap yang dilaksanakan terhadap suatu tahapan pada objek yang dimaksud guna mengerti terhadap permasalahan yang sudah diketahui. Dengan observasi lapangan, peneliti bisa lebih faham konteks data dalam situasi sosial secara menyeluruh, sehingga memungkinkan untuk memperoleh pandangan yang holistic atau menyeluruh. Observasi dilakukan dengan cara mengamati akun media sosial Instagram @dinaskebudayaandiy untuk memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta kepada masyarakat. Peneliti mengamati konten kebudayaan yang dibagikan di akun media sosial tersebut, frekuensi penyampaian informasi, dan keterlibatan dengan pengguna media sosial Instagram.

1.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode yang dimanfaatkan dalam pengumpulan data serta informasi berbentuk catatan berupa angka atau gambar, laporan dan keterangan yang

berhubungan dengan masalah penelitian.¹¹ Peneliti akan mencari dan menelaah media sosial Instagram Dinas Kebudayaan DIY. Dokumentasi dilaksanakan dengan mengumpulkan berupa bukti gambar yang ada di Instagram @dinaskebudayaandiy.

1.8 Teknik Analisis Data

Proses analisis data kualitatif melibatkan kegiatan yang berhubungan dan berlangsung secara tanpa henti hingga semua data dijelajahi secara menyeluruh. Aktivitas dalam analisis data terdapat tiga komponen dasar, yaitu¹² :

1.8.1 Reduksi Data

Mereduksi data artinya meringkas, memilah elemen-esensi, mengutamakan pada hal hal yang krusial, serta mengidentifikasi tema dan pola. Dengan melakukan hal ini, data yang sudah direduksi akan diberikan penjelasan yang lebih terperinci, dan memudahkan peneliti dalam tahapan mengumpulkan data selanjutnya atau pencarian informasi yang dibutuhkan.

Dalam proses mereduksi data, setiap peneliti akan memandu diri sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Fokus utama dari penelitian kualitatif ialah pada temuan. Oleh karena itu, jika dalam penelitian terdapat hal-hal yang dianggap asing, tidak familiar, atau belum memiliki pola tertentu, itulah yang seharusnya menjadi perhatian utama peneliti dalam melakukan reduksi data.

1.8.2 Penyajian Data

Setelah data mengalami proses reduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa ringkasan naratif,

¹¹ Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

¹² Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

diagram, relasi antar kategori, flowchart, dan format lainnya. Penyajian data dalam bentuk teks naratif umumnya lebih umum digunakan dalam penelitian kualitatif.

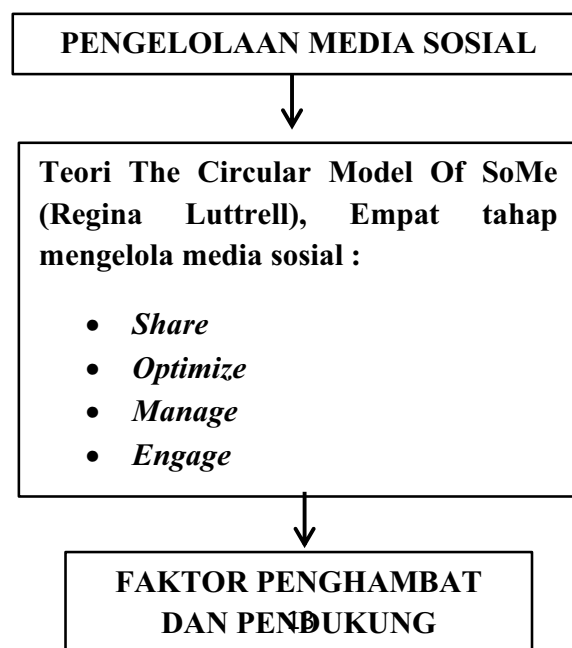
Dengan menyajikan data, proses pemahaman terhadap informasi yang ditemukan akan menjadi lebih mudah, dan perencanaan Langkah berikutnya dapat dibuat berdasarkan pemahaman tersebut. Disarankan bahwa selain menggunakan teks naratif, display data juga dapat diwujudkan dalam bentuk grafik, matriks, jejaring (network), dan diagram.

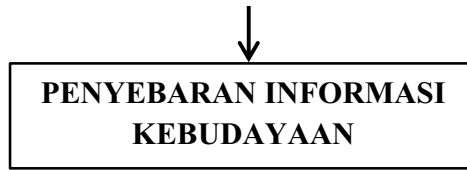
1.8.3 Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan proses pemaknaan dari hasil analisis dan interpretasi data yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti harus memiliki pemahaman yang teliti, komprehensif, dan mendalam terhadap data yang telah ditemukan. Selanjutnya, hasil dari proses ini diperiksa kembali untuk memastikan validitas yang sesuai dengan hasil reduksi data yang telah dilakukan sebelumnya.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep





Tabel 1. 2 Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

1. Dinas Kebudayaan DIY

Dinas Kebudayaan DIY adalah sebuah instansi pemerintah yang bertujuan untuk menyebarkan informasi-informasi seputar kebudayaan kepada segenap masyarakat. Dinas Kebudayaan DIY mempunyai tugas membantu melaksanakan urusan pemerintahan dan keistimewaan di bidang kebudayaan.¹³

2. Media Sosial Instagram @dinaskebudayaandiy

@dinaskebudayaandiy adalah akun media sosial resmi yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan DIY untuk mempromosikan dan berkomunikasi tentang kegiatan, program, dan informasi yang terkait dengan kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Akun ini berfungsi sebagai platform untuk berbagi konten visual seperti foto dan video dalam upaya mempertahankan, mengembangkan, dan mempromosikan kekayaan budaya dan seni yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Pengelolaan Media Sosial

Karena pengelolaan sama dengan manajemen, maka pengelolaan memahami bahwa untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, suatu proses pengorganisasian, perencanaan, penggerakan, dan pengawasan harus memadukan

¹³ Dinas Kebudayaan (Kundha Kebudayaan) Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Tentang Kami <https://budaya.jogjaprov.go.id/profil/tentang-kami>. Diakses pada 4 Oktober 2023.

pengetahuan dan kreativitas. Dalam penelitian ini, pentingnya pengelolaan khususnya pada media sosial dapat memiliki dampak positif atau negatif terhadap akun Instagram Dinas Kebudayaan DIY sebagai wadah memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta.¹⁴

4. Penyebaran Informasi Kebudayaan

Penyebaran informasi Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta adalah proses pengenalan dan penyajian berbagai aspek budaya yang khas dan unik dari wilayah tersebut. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki warisan budaya yang sangat kaya, termasuk seni, tradisi, kuliner, tari, musik, dan masih banyak lagi. Tujuan dari memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta adalah untuk melestarikan warisan budaya, mendorong apresiasi terhadap nilai-nilai budaya tersebut, dan menciptakan kesadaran akan pentingnya menjaga keberagaman budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5. Hambatan Komunikasi

Ketika suatu intervensi mengganggu salah satu aspek komunikasi, maka komunikasi terganggu dan proses komunikasi terhambat. Hambatan-hambatan yang menghalangi proses komunikasi untuk maju sebagaimana maksud komunikator dan komunikan disebut dengan hambatan komunikasi.¹⁵

1.9.3 Definisi Operasional

¹⁴ Yulistari, P. (2022). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Publikasi Humas Di Sma Negeri 1 Rengat*. Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Skripsi. No: Skrps/Mpi/Ftk/Uin.322/22

¹⁵ Martias, A. (2019). *Analisa Peranan Komunikasi Dan Psikologi Audit Dalam Pelaksanaan Tugas Di Pt. Alarsy*. Perspektif. Vol 17 No.1 Maret 2019

Dalam penelitian ini, dipilih penggunaan teori The Circular Model Of SoMe karena melalui teori ini dapat dengan tepat mencerminkan fokus penelitian. Selain itu, konsep pengelolaan memiliki makna yang sejalan dengan manajemen, dengan tujuan yang sama yaitu mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, penerapan teori ini sangat relevan dengan penelitian mengenai pengelolaan media sosial, yang memungkinkan peneliti memahami bagaimana pengelolaan media sosial tersebut dapat dilakukan.

The Circular Model Of SoMe umumnya memiliki bentuk melingkar dan saling terkait. Ketika sebuah perusahaan berbagi informasi (sharing) kepada khalayaknya, perusahaan mengelola (manage) atau terlibat (engage), serta dapat mengoptimalkan (optimize) pesan yang mereka buat kepada publik secara bersamaan. Teori The Circular Model Of SoMe ini mempunyai 4 komponen, yaitu¹⁶ :

a. Share (membagikan)

Perusahaan atau instansi seharusnya memiliki akun media sosial sendiri untuk digunakan karena upaya menginformasikan pesan membutuhkan partisipasi. Namun, pemilihan akun media sosial tidak boleh sembarangan, karena setiap perusahaan atau instansi pasti memiliki sasaran komunikatif tertentu yang harus diperhatikan.

Pada Langkah ini, Informasi yang hendak di sampaikan Dinas Kebudayaan DIY kepada masyarakat berupa kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta yang penting untuk disebarkan ke masyarakat luas. Dinas Kebudayaan DIY juga sebagai komunikator wajib memiliki strategi ketika memperluas informasi kepada masyarakat luas seperti membuat konten-konten yang menarik melalui media sosial instagram, sehingga pesan yang dibagikan dapat tersampaikan dengan baik.

¹⁶ Luttrell, Regina. (2016). *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*. Rwan & Littlefield. Second Edition.

b. Optimize (mengoptimalkan)

Setelah sebuah perusahaan atau instansi membagikan pesan atau informasi di media sosial, orang yang menerimanya akan memberikan komentar, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, perusahaan atau instansi harus memperhatikan apa yang diinformasikan oleh publik dan harus memahami terhadap pesan yang kurang yang mereka sampaikan.

Pada tahap ini adalah upaya untuk mengoptimalkan kualitas konten yang dibagikan oleh Dinas Kebudayaan DIY dan cara mengetahui apa yang sedang dibicarakan oleh masyarakat luas. Dinas Kebudayaan DIY memantau percakapan masyarakat dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram, termasuk melihat pesan yang masuk ke Direct Message serta meninjau komentar-komentar yang diterima.

c. Manage (mengelola)

Sebelumnya optimize (mengoptimalkan) media sosial, subjek harus memahami situasi dan topik yang sedang dibicarakan di ruang publik mengenai subjek tersebut. Dengan melakukan media monitoring, subjek dapat merencanakan respons yang efektif untuk mengelola (manage) dan mengklarifikasi isu-isu yang muncul secara tepat.

Pada tahap ini bagaimana komunikator mengelola instagram dengan baik, berinteraksi dengan publik, mengatasi masalah yang mungkin muncul melalui media sosial dan mengelolanya dengan baik, dan mencapai tujuan instansi.

d. Engage (Terlibat)

Pada tahap ini, mengundang partisipasi dari target audiens tertentu saat menyampaikan pesan atau informasi melalui media social merupakan strategi yang

efektif untuk meningkatkan interaksi. Tahap ini membangun keterlibatan publik yang kuat, memfasilitasi diskusi dan partisipasi masyarakat, serta memantau dan merespons isu-isu kebudayaan dengan baik.

Peneliti menggunakan Teori The Circular Model Of SoMe yang memiliki komponen share, optimize, manage, engage untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram Dinas Kebudayaan DIY sebagai media memperkenalkan budaya Daerah Istimewa Yogyakarta.