

Strategi Konten Akun Instagram Pemkab Gresik dalam Diseminasi Informasi Pelayanan Publik

¹Arenda Choirunisa Mulia, ²Jupriono, ³Dinda Lisna Amilia

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: arendachoirunisam@gmail.com

Abstract

This research analyzes the Instagram content strategy employed by the social media managers of Pemkab Gresik to disseminate public service information. The background of the study underscores the importance of social media as an effective government communication tool in the digital era. Pemkab Gresik leverages Instagram to enhance transparency, public participation, and community engagement in various government services and programs. The research uses a qualitative method, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted with the Instagram managers @pemkabgresik, Kominfo media staff, and interns. Documentation, such as Instagram screenshots, was used as visual evidence. The theoretical framework is based on Cutlip & Allen H. Center's PR Strategy Theory. The findings show that @pemkabgresik targets young audiences with informative content and creative visual strategies. The use of aesthetically pleasing and informative photos, videos, and infographics effectively conveys important messages and increases follower engagement. Relevant hashtags and hashtag campaigns boost content visibility and interaction, creating a positive effect in disseminating public service information and government projects. This content strategy is effective in strengthening the relationship between the local government and the community and promoting active participation in local development

Keywords: content strategy, Instagram, information dissemination, PR strategy

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi konten Instagram yang diterapkan oleh Pengelola media sosial Pemkab Gresik untuk menyebarkan informasi pelayanan publik. Latar belakang penelitian adalah pentingnya media sosial sebagai alat komunikasi pemerintah yang efektif di era digital. Pemkab Gresik memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan transparansi, partisipasi publik, dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai layanan dan program pemerintah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pengelola Instagram @pemkabgresik, staf media Kominfo, dan mahasiswa magang. Dokumentasi berupa screenshot Instagram yang digunakan sebagai bukti visual. Teori yang digunakan adalah Teori Strategi PR Cutlip & Allen H. Center. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Instagram @pemkabgresik menargetkan kalangan muda dengan konten informatif dan strategi visual kreatif. Penggunaan foto, video, dan infografis yang estetik dan informatif meningkatkan keterlibatan pengikut. Tagar relevan dan kampanye hashtag meningkatkan visibilitas dan interaksi konten, menciptakan efek positif dalam penyebaran informasi publik dan proyek pemerintah. Strategi konten ini efektif dalam memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat serta mempromosikan partisipasi aktif dalam pembangunan lokal.

Kata kunci : Strategi konten, Instagram, diseminasi informasi, strategi PR

Pendahuluan

Di era digital saat ini, peran media sosial telah menjadi semakin penting dalam komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat. Instagram, sebagai salah satu platform yang paling populer, menawarkan kesempatan unik bagi Pemerintah Kabupaten Gresik untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan warga dalam layanan publik (Annastasya et al., 2023). Dengan memiliki akun Instagram resmi, Pemkab Gresik dapat secara langsung menyampaikan informasi tentang program, kebijakan, serta berbagai layanan yang tersedia untuk masyarakat. Hal ini tidak hanya memfasilitasi akses informasi yang lebih mudah dan cepat bagi warga, tetapi juga memungkinkan transparansi yang lebih besar dalam proses pengambilan keputusan pemerintah.

Penggunaan Instagram juga membuka pintu bagi interaksi dua arah antara Pemkab Gresik dan warga, memungkinkan feedback langsung dan partisipasi dalam berbagai inisiatif pelayanan publik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti stories, IGTV, dan live streaming, Pemkab Gresik dapat tidak hanya mengedukasi masyarakat tentang kebijakan dan layanan, tetapi juga mengajak mereka untuk terlibat aktif dalam proses pembangunan komunitas lokal. Selain itu, visual yang menarik dan narasi cerita yang kuat dalam konten Instagram dapat membantu membangun citra positif tentang Pemkab Gresik di mata masyarakat, sehingga memperkuat kepercayaan dan loyalitas terhadap pemerintah daerah. Dengan demikian, integrasi strategis media sosial seperti Instagram menjadi kunci dalam mendukung transformasi digital dan meningkatkan pelayanan publik yang responsif dan terbuka (Jupriono et al., 2021).

Di era teknologi, keterbukaan informasi publik menjadi penting dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008. Keterbukaan informasi merupakan bagian dari pemerintahan yang baik. Teknologi informasi dan komunikasi elektronik, termasuk internet, memainkan peran penting dalam mendukung kegiatan pemerintahan (Sari et al., 2022). Di era modern Pemkab Gresik telah memainkan peran kunci dalam transformasi digital dengan mengadopsi berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam penyampaian informasi publik kepada masyarakatnya. Salah satu pendekatan utamanya adalah dengan memperkenalkan platform digital seperti situs web resmi dan akun media sosial seperti Instagram. Melalui platform ini, Pemkab Gresik dapat mengakomodasi akses informasi yang lebih cepat dan mudah bagi warga, memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi terkini mengenai program-program pemerintah, layanan publik, kebijakan, dan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat (Pengaruh Substansi et al., n.d.). Langkah ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan warga.

Selain itu, adopsi strategi digital juga mencerminkan komitmen Pemkab Gresik untuk meningkatkan transparansi. Dengan menyediakan informasi secara terbuka melalui platform digital, pemerintah daerah ini membuka akses bagi warga untuk memahami lebih baik proses pengambilan keputusan, alokasi anggaran, serta evaluasi kinerja pemerintah (Mardiana & Widiyanto, 2018). Langkah-langkah ini tidak hanya memungkinkan warga untuk menjadi lebih terinformasi, tetapi juga memungkinkan mereka untuk mengawasi dan memberikan umpan balik terhadap kinerja pemerintah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan akuntabilitas dan efektivitas layanan publik. Dengan demikian, transformasi digital yang diadopsi oleh Pemkab Gresik bukan sekadar modernisasi teknologi, tetapi juga upaya untuk menciptakan tata kelola yang lebih transparan, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat modern.

Tujuan utama dari penggunaan akun Instagram oleh Pemkab Gresik adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan layanan publik yang tersedia dan memfasilitasi interaksi langsung antara pemerintah daerah dengan warga. Dengan memanfaatkan platform ini, Pemkab Gresik dapat secara efektif menyampaikan informasi tentang program-program

pemerintah, kebijakan, serta berbagai layanan yang dapat diakses oleh masyarakat. (Ruchiat Nugraha et al., 2020) Instagram memberikan sarana visual yang kuat dan dapat menjangkau audiens yang luas, terutama kalangan muda dan aktif di media sosial. Melalui konten yang informatif dan menarik seperti gambar, video, dan cerita singkat, Pemkab Gresik dapat menjelaskan secara jelas dan mudah dimengerti tentang manfaat dan cara mengakses layanan-layanan tersebut (Ramadhani & Sudaryanto, 2022).

Selain meningkatkan kesadaran, tujuan lain dari akun Instagram Pemkab Gresik adalah untuk membangun interaksi langsung antara pemerintah daerah dan warga. Dengan mengadopsi pendekatan dua arah dalam komunikasi, platform ini memungkinkan warga untuk memberikan umpan balik langsung, bertanya, serta mengungkapkan kebutuhan dan aspirasi mereka. Hal ini tidak hanya memperkuat keterlibatan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah daerah dan komunitas lokal. Dengan mendengarkan dan merespons secara langsung atas masukan dari warga, Pemkab Gresik dapat memperbaiki pelayanan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan yang sesungguhnya, menciptakan lingkungan partisipatif yang mendukung perkembangan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, Instagram bukan hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sarana untuk membangun komunikasi yang inklusif dan transparan antara pemerintah dan masyarakat.

Penggunaan Instagram oleh Pemkab Gresik memiliki potensi besar untuk memengaruhi persepsi dan partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan keputusan terkait pelayanan publik. Dalam konteks ini, platform media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai wadah di mana masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan pemerintah daerah. Dengan menyediakan informasi yang transparan dan terkini tentang kebijakan dan program-program pemerintah, Pemkab Gresik dapat meningkatkan pemahaman publik mengenai tujuan dan manfaat dari setiap inisiatif yang dilakukan. Hal ini dapat mengubah persepsi masyarakat dari sekadar penerima layanan menjadi partisipan aktif dalam pembangunan komunitas lokal.

Untuk mencapai efektivitas maksimal dalam penggunaan akun Instagram, Pemkab Gresik dapat mengadopsi beberapa strategi konten yang telah terbukti berhasil di platform media sosial. Pertama, penggunaan visual yang menarik sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan daya tarik konten. Ini termasuk penggunaan gambar berkualitas tinggi, grafik informatif, dan video pendek yang jelas dan relevan. Dengan memilih visual yang tepat, Pemkab Gresik dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan kunci tentang layanan publik atau kebijakan pemerintah secara langsung dan menarik.

Selanjutnya, narasi cerita yang kuat juga dapat meningkatkan daya tarik konten dan mempengaruhi cara audiens memahami informasi yang disampaikan. Menggunakan teknik storytelling yang baik, seperti menyajikan kisah sukses dari warga yang telah diuntungkan oleh layanan pemerintah atau menggambarkan dampak positif dari kebijakan tertentu, dapat membuat konten lebih relevan dan emosional bagi audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara Pemkab Gresik dan masyarakatnya.

Terakhir, keterlibatan langsung dengan pengguna juga merupakan strategi yang efektif untuk memaksimalkan dampak informasi yang disampaikan melalui Instagram. Ini dapat dilakukan dengan merespons komentar, mengadakan sesi tanya jawab atau diskusi langsung, serta memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti jajak pendapat atau survei. Dengan cara ini, Pemkab Gresik tidak hanya memperluas jangkauan informasi, tetapi juga membangun hubungan interaktif yang lebih dalam dan berkelanjutan dengan masyarakatnya. Dengan menggabungkan strategi-strategi ini, Pemkab Gresik dapat menciptakan konten yang efektif, memastikan pesan-pesan penting tersampaikan dengan jelas dan mendapat respons yang positif dari audiens mereka di Instagram.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan utama untuk memahami secara mendalam strategi konten informasi pelayanan publik yang diimplementasikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gresik melalui akun Instagram @pemkabgresik. Pendekatan kualitatif dipilih karena cocok untuk menggali pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana strategi ini direncanakan, diimplementasikan, dan diterima oleh masyarakat pengguna media sosial. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi aspek-aspek kompleks seperti persepsi, motivasi, dan faktor kontekstual yang mempengaruhi strategi komunikasi publik.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait manajemen akun Instagram tersebut. Observasi memberikan wawasan tentang bagaimana konten diproduksi dan direspons oleh pengguna akun, sementara wawancara memungkinkan peneliti untuk mendapatkan perspektif mendalam dari stakeholder yang terlibat. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi publikasi ilmiah, website, dan media sosial yang relevan, seperti hasil screenshot dan interaksi pengguna dengan konten.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Strategi Konten Instagram @pemkabgresik

Dalam pembuatan konten informatif di media sosial, pengelola akun Instagram Pemkab Gresik yang juga merupakan staff Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gresik memiliki strategi dalam membuat berbagai konten, di unggah pada media sosial @pemkabgresik yang ditujukan kepada masyarakat dengan menyesuaikan isi pesan maupun desain yang tentunya sesuai dengan karakteristik media sosial Instagram yakni kalangan muda. Peneliti juga telah melakukan wawancara kepada beberapa informan yang mempunyai peran dalam mengelola akun Instagram Pemkab Gresik, yakni Yasmin Megarini yang menjabat sebagai pengelola media center dan kemitraan media. Kemudian Meyristiana S, yang menjabat sebagai staff media di Dinas Kominfo Kab.Gresik dan Regita Rahma Oktavia yang merupakan mahasiswa magang di Dinas Kominfo Kab.Gresik sekaligus pernah membantu mengelola akun Instagram @pemkabgresik. Dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pengelola Instagram Pemkab Gresik maka peneliti dapat mengetahui dan memahami bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gresik mengelola Akun Instagram @pemkabgresik dalam menyebarkan informasi pelayanan publik di media sosial Instagram.

Penelitian ini merujuk pada teori PR Cutlip & Allen H. Center (1982) yang memiliki 4 tahapan yakni *Research-Listening, Planning-Decision, Communication-Action dan Evaluation* sehingga peneliti dapat menganalisis satu persatu, memahami dan mengetahui lebih dalam terkait bagaimana strategi pengelola akun Instagram @pemkabgresik dalam menyebarkan informasi pelayanan publik kepada masyarakat melalui media sosial Instagram @pemkabgresik.

1. Tahap Pertama Research-Listening, Pendalaman Riset dan Penemuan Fakta untuk Mempublikasikan Informasi Melalui Akun Instagram @pemkabgresik

Dalam pengumpulan data pada proses wawancara, menurut peneliti pertanyaan pertama merujuk pada teori PR Cutlip & Allen H.Center (1982) di tahap pertama yakni Research-Listening dan penemuan fakta bahwa pengelola akun Instagram @pemkabgresik menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi terkait pemerintahan dan dinas-dinas terkait mulai dari peliputan, pembuatan hingga perilisn konten yang dapat di konsumsi oleh publik. Pertanyaan pertama yang di ajukan peneliti yakni bagaimana pengelolaan Instagram @pemkabgresik dalam menyebarkan informasi, pernyataan sebagai berikut:

“... pengelolaan Instagram Pemkab itu pada tahun 2017 sempat mati suri, dalam artian konten-konten yang di buat semuanya menggunakan template yang sama dan hanya berita (berbentuk tulisan saja) dan desain nya pun kurang menarik. Jadi kita merubah pola dari mulai desain, konten dan juga isian. Dan kita berusaha untuk bikin konten itu se-santai mungkin dan se-anak muda mungkin. Karena target dari Instagram nya sendiri rata-rata adalah anak muda.” (Admin Instagram @pemkabgresik, Y.M- 2024).

Dengan diketahui bagaimana pengelola Instagram @pemkabgresik merubah strategi yang digunakan sebelumnya dalam menyebarkan informasi di media sosial Instagram menjadi tepat sasaran yakni dengan target kalangan muda, maka membantu pengelola dalam membuat konten-konten informatif yang di unggah di Instagram @pemkabgresik dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat, sehingga menimbulkan umpan balik dan mencapai suatu keberhasilan dalam menjalin komunikasi dua arah dengan pemerintah dan juga masyarakat. Dengan adanya pernyataan dari informan pertama Yasmin, staff media Dinas Kominfo yakni Meyristiana menambahkan terkait bagaimana konten yang telah terunggah di media sosial Instagram @pemkabgresik sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Berikut penuturannya:

“... kita sebagai Kominfo itu membantu membuat konten yang tentunya informatif dan bermanfaat bagi pengikut dan pembaca, bahkan terkadang dari aduan masyarakat sendiri yang menjadi inspirasi untuk membuat konten yang nantinya dapat di baca sama masyarakat itu sendiri. Konten- konten lainnya seperti pengumuman pelayanan publik, program pemerintah, edukasi tentang kesehatan, kayak misal polio dan stunting. Kalau konten stunting yaudah itu kita cari atau minta data terbaru terkait stunting ke Dinas Kesehatan atau dinas terkait, tapi data itu tadi bukan hanya menunjukkan informasi saja, jadi kita berusaha untuk memberikan solusi dengan berbentuk sosialiasi di postingan Instagram. Jadi kita sebagai Dinas Kominfo menyatakan bahwa pemerintah itu ada dan bekerja.” (Meyristiana S-Staff media Kominfo, 2024).

Selain hal tersebut, mahasiswa magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gresik juga dapat berkesempatan untuk membantu mengelola Instagram @pemkabgresik. Untuk mengetahui kontribusi apa yang diberikan mahasiswa magang tersebut, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai peran apa yang di peroleh mahasiswa magang tersebut dalam membantu mengelola media sosial Instagram. Pernyataan sebagai berikut :

“... disini aku membantu mulai dari liputan berita acara seremonial atau acara-acara dinas, menulis rilis berita, take video sama mengedit konten yang akan di unggah di Instagram Pemkab Gresik. Kayak konten infografis, *copy* berita, konten informatif seperti informasi haji maupun Pilkada. Dan itu biasanya pakai aplikasi Canva, Photoshop dan Capcut untuk editing konten” (Regita Rahma Oktavia – Mahasiswa Magang, 2024).

Dari penjelasan ketiga informan dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang digunakan pengelola Instagram @pemkabgresik, staff Kominfo dan mahasiswa magang dalam membuat dan menyebarkan informasi pelayanan publik di sesuaikan dengan sasaran dari Instagram tersebut yakni anak muda. Sehingga dalam pembuatan konten nya harus memikirkan konsep yang menarik dan juga informatif, tentunya dengan memanfaatkan berbagai aplikasi editing. Bahkan dari aduan masyarakat sendiri memotivasi pengelola Instagram dalam pembuatan konten.

Dari pernyataan informan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kolaborasi antara pengelola Instagram @pemkabgresik, Dinas Kominfo Kabupaten Gresik, dan departemen lainnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dilakukan melalui rapat kolaborasi yang bertujuan untuk membahas penggunaan media sosial Instagram yang pada saat ini penggunaannya lebih aktif dimanfaatkan sebagai alat diseminasi informasi. Implementasi kolaborasi ini melibatkan pemanfaatan fitur kolaborasi di platform Instagram, yang memungkinkan berbagai departemen untuk menyebarluaskan informasi secara efektif kepada masyarakat baik pengikut akun @pemkabgresik maupun akun Instagram milik departemen lainnya.

Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa konten Instagram yang menggunakan fitur kolaborasi dengan dinas terkait agar informasi yang di bagikan dapat menjangkau masyarakat luas. Inisiatif tersebut juga didukung oleh struktur Gresiknewsroom yang terdiri dari berbagai saluran komunikasi, termasuk Website, Media sosial, YouTube, dan Call Center 112 yang berfungsi sebagai garda terdepan dalam diseminasi informasi. Hal ini mencerminkan adaptasi terhadap tren digitalisasi informasi yang menekankan pentingnya media sosial sebagai media utama dalam menjangkau masyarakat luas.

Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada tahap pertama yaitu Research-Listening terlihat jelas bahwa pengumpulan data dan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan audiens merupakan langkah awal yang esensial bagi pengelola media sosial Instagram @pemkabgresik dalam melakukan perubahan yang signifikan. Mulai dalam perubahan desain, jenis konten, dan gaya dalam menyampaikan pesan di Instagram di sesuaikan dengan target sasaran yakni kalangan muda. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelola media sosial Instagram @pemkabgresik mendengarkan dan memahami tren serta kebutuhan audiens yang menjadi dasar dalam menyusun strategi konten.

2. Tahap Kedua Planning-Decition, Membuat Perencanaan dalam Strategi Pengelolaan Akun Instagram @pemkabgresik

Dalam tahap Planning-Decition, pengelola akun Instagram @pemkabgresik membuat perencanaan dan strategi dalam mempublikasikan informasi kepada masyarakat, peneliti dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan konten mulai dari meliputi kegiatan hingga terbentuknya postingan di Instagram @pemkabgresik. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti memperoleh informasi dan mengetahui bahwa pengelola akun Instagram @pemkabgresik, staff Dinas Kominfo dan mahasiswa magang bekerjasama dalam membuat perencanaan dalam menyampaikan sebuah pesan melalui konten, baik foto maupun video yang di sebar luaskan di media sosial Instagram. Dengan demikian, peneliti menanyakan kepada informan terkait strategi yang dilakukan dan digunakan dalam menyebarkan informasi pelayanan publik di media sosial Instagram mulai dari penentuan jenis konten hingga penyebarannya. Pernyataan sebagai berikut:

“... di Instagram @pemkabgresik sendiri kita memang di fokuskan pada P1, P2, P3. Untuk P1 itu bupati, P2 wakil bupati, dan P3 itu Pak Sekda. Jadi segala kegiatan yang berkaitan dengan mereka bertiga akan di unggah di akun Instagram @pemkabgresik. Meskipun begitu, di Instagram @pemkabgresik juga tidak menutup kemungkinan kita akan menginformasikan terkait kegiatan pemerintahan, edukasi, dan sosialisasi yang dikemas menjadi konten informatif dan kreatif seperti pembuatan konten infografis, reels dan animasi.” (Admin Instagram @pemkabgresik, Y.M- 2024).

Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya postingan terkait kegiatan pemerintah daerah. Salah satu contoh yakni postingan terkait P3 yaitu Sekretaris daerah mewakili pemerintah Kabupaten Gresik bersama dengan Pemerintah Provinsi Jatim menggelar GPM

(gerakan pangan murah) untuk menstabilkan pasokan dan harga pangan di tengah inflasi. Namun dalam postingan tersebut pengelola Instagram @pembkabgresik tidak hanya membuat berita yang berbentuk tulisan, melainkan pengambilan gambar kegiatan yang dilaksanakan dan juga penjelasan terkait GPM (gerakan pangan murah) dan tujuan dari adanya gerakan tersebut yang membuat postingan tersebut menjadi menarik dan informatif.

Menambahkan penuturan dari informan pertama, informan kedua juga menyampaikan terkait dengan strategi yang digunakan dalam pembuatan konten sebagai berikut :

“... ketika di minta untuk membuat sebuah konten berdasarkan momen, isu, atau kegiatan yang relevan. Pertama, tentunya kita harus mencari bahan untuk pembuatan konten dengan cara liputan, kita juga perlu menentukan konsep dan tema konten yang tentunya dapat menarik perhatian anak muda. Setelah itu, kita akan mencari data pendukung dari dinas terkait atau website sesuai dengan konsepnya. Konten yang dibuat juga harus informatif dan mencakup unsur Gresik nya, contoh pembuatan konten tentang polio di Gresik, informasi polio itu nanti dikaitkan sama kegiatan vaksinasi polio yang diadakan oleh Dinas Kesehatan dan Dinas Kominfo. Konten akan dibuat dalam bentuk foto kegiatan vaksinasi ditambah teks yang sesuai dengan isi konten itu tadi.” (Meyristiana S-Staff media Kominfo, 2024).

Selain hal tersebut, sebagai mahasiswa magang di Dinas Kominfo Kab.Gresik yang membantu mengelola Instagram @pembkabgresik tentunya mahasiswa dapat berkontribusi langsung dalam pembuatan konten, mulai peliputan, pemilihan konsep hingga caption maupun berita yang di unggah pada sosial media Instagram. Sehingga peneliti mengajukan pertanyaan terkait kontribusi mahasiswa magang dalam pemilihan jenis konten untuk Instagram @pembkabgresik. Pernyataan sebagai berikut:

“... aku biasanya itu waktu editing konten kegiatan bupati dan dinas terkait itu udah di *briefing*, terus aku juga tanya-tanya sama pengelola Instagram nya. Ini kayak gini udah sesuai apa belum, yang kurang apa ya mbak gitu. Jadi ya aku bekerjasama gitu soalnya kan aku disini juga baru belajar hal baru tentang pemerintah. Kadang aku juga bikin konten infografis. Tergantung ditugasin nya kayak gimana gitu” (Regita Rahma Oktavia-Mahasiswa Magang, 2024).

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa, tidak hanya pihak pengelola Instagram @pembkabgresik maupun staff Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Gresik yang dapat membuat konten kegiatan pemerintah maupun konten informatif seperti infografis untuk di unggah pada media sosial Instagram @pembkabgresik melainkan mahasiswa magang yang juga dapat berkontribusi secara langsung dalam memproduksi konten. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelola akun @pembkabgresik membuka kesempatan bagi semua pihak termasuk mahasiswa untuk dapat memberikan perspektif dan kontribusi baru dalam pembuatan konten.

Selain itu, pengelola Instagram @pembkabgresik juga menambahkan pernyataan terkait strategi dalam menyebarkan informasi kepada Masyarakat melalui media sosial Instagram. Pernyataan sebagai berikut:

“... kalau dulu dibawah tahun 2022 hanya menampilkan gambar berita saja. Tapi kita tidak menghilangkan itu, kita cuman berpikir gimana caranya Instagram Pemkab bisa naik. Untuk menggapai jangkauannya biar tinggi salah satu yang dilakukan adalah dengan cara kayak kita menginformasikan apa yang

menarik dan tentunya informatif yang ada di kabupaten Gresik dan kegiatan-kegiatan pelayanan publik. Contoh kita punya program yang Namanya “Jelajah Gresik” jadi di dalam program itu kita bikin konten informatif yang unik kayak dari Kota Gresik itu apa. Program kedua itu “Icip-Icip” jadi masyarakat Gresik maupun diluar Gresik bisa tau makanan yang enak di Gresik itu apa aja sehingga orang-orang bakal mengikuti dan masuk Instagram pemkab untuk mengetahui makanan enak dari program Icip-Icip. Kemudian konten pelayanan publik kemarin itu mudik gratis itu kita buat infografis melalui Instagram @pemkabgresik. Kita sebagai pengelola tidak menempatkan diri sebagai admin namun kita menempatkan diri kita itu sebagai Masyarakat, kita menyajikan konten yang tentunya informatif, selain penjelasan tentang program itu, kita juga cantumkan informasi tentang rute perjalanan, kuota setiap daerah hingga respon Masyarakat dengan adanya program mudik gratis itu. Sehingga informasi itu bisa tersampaikan dengan jelas kepada Masyarakat.” (Admin Instagram @pemkabgresik, Y.M-2024)

Pernyataan diatas dibuktikan dengan adanya postingan Instagram @pemkabgresik perihal konsep konten informatif yang sesuai dengan sasaran media sosial Instagram @pemkabgresik yakni kalangan muda, dengan konsep yang mengikuti tren-tren terkini seperti konten kulineran makanan, kegiatan atau acara adat khas Gresik, maka dapat menarik perhatian masyarakat luas. Tidak hanya konsep, isi dari konten tersebut juga beragam, seperti hal nya pada postingan infografis terkait mudik gratis yang dikemas sangat menarik dengan berbagai campuran warna, animasi dan data-data pendukung sehingga masyarakat pun mudah paham dengan adanya konten seperti itu hingga menimbulkan respon positif dari masyarakat peserta mudik gratis.

Selain itu, informan kedua yakni Meyristiana menambahkan terkait dengan isi konten yang akan di posting di Instagram @pemkabgresik. Pernyataan sebagai berikut:

“...dari kita sendiri itu peran nya membuat konten untuk di posting di Instagram @pemkabgresik, bukan hanya postingan saja tetapi juga caption yang sesuai dengan kebijakan dan arahan, baik topik yang di sampaikan, gaya bahasa ataupun jenis konten dan konsep nya seperti apa itu sesuai dengan arahan atau bisa di bilang SOP konten pemerintahan pada umum nya gitu.”(Meyristiana S-Staff media Kominfo, 2024)

Dari penjabaran ketiga informan diatas terkait dengan konten-konten Instagram @pemkabgresik yang tidak hanya menginformasikan terkait bupati, wakil bupati, dan dinas-dinas terkait melainkan sesuatu yang unik yang ada di Kabupaten Gresik pun dapat dijadikan konten informatif sesuai dengan sasaran dari Instagram itu sendiri sekaligus juga mempromosikan Kabupaten Gresik agar banyak dikenal oleh khalayak umum. Dan konten-konten yang telah di unggah pun sesuai dengan arahan dari konten pemerintahan pada umumnya.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap 3 informan yakni pengelola media sosial Instagram @pemkabgresik, staff Kominfo Kab.Gresik dan mahasiswa magang. Peneliti menemukan bahwasanya Bidang Statistik dan Informasi Publik yakni pengelola media sosial Instagram @pemkabgresik telah menerapkan 4 tahapan dalam teori PR Cutlip & Allen H. Center (1982).

Pengelola Instagram @pemkabgresik bidang Statistik dan Informasi Publik mempunyai peran yang sangat penting dalam hal mempublikasikan informasi pelayanan publik melalui media sosial Instagram @pemkabgresik. Pihak pengelola juga setiap jumat melakukan

monitoring media sosial untuk melihat isu-isu pemberitaan yang negatif yang dapat menimbulkan perspektif negatif masyarakat kepada instansi pemerintahan yakni Pemerintah Kabupaten Gresik sehingga memudahkan pengelola untuk memecahkan masalah, meningkatkan serta memperbaiki yang telah ada hingga jauh lebih baik lagi.

Dari keseluruhan penjelasan informan juga membuktikan bahwa pengelola Instagram @pemkabgresik dan Dinas Kominfo menerapkan empat langkah strategi PR dalam mempublikasikan informasi kepada masyarakat dengan penyampaian informasi yang menarik, mudah dimengerti masyarakat, akurat dan respon admin dalam memberikan umpan balik sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya dari apa yang kurang dari penyampaian informasi- informasi sebelumnya. Selain itu pihak pengelola Instagram @pemkabgresik, Dinas Kominfo dan Mahasiswa magang juga dapat bekerjasama dalam mengelola media sosial dalam menghubungkan antara masyarakat dengan pemerintah melalui media informasi tersebut.

Penutup

a. Kesimpulan

Kesimpulan dari strategi konten akun Instagram Pemkab Gresik dalam diseminasi informasi pelayanan publik menunjukkan pendekatan yang efektif dalam memanfaatkan platform media sosial untuk kepentingan pelayanan publik. Melalui berbagai konten yang informatif dan mudah dipahami, seperti tutorial layanan publik, cerita keberhasilan proyek pembangunan, dan pengumuman kebijakan terbaru, akun tersebut berhasil mendekatkan pemerintah daerah dengan masyarakatnya. Penggunaan bahasa yang ramah dan responsif dalam interaksi dengan pengikutnya juga memperkuat citra positif pemerintah daerah sebagai penyedia layanan yang terbuka dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Selain konten yang disajikan, strategi visual yang kreatif dan menarik juga menjadi elemen kunci dalam kesuksesan akun tersebut. Dengan memanfaatkan foto, video, dan infografis yang estetis dan informatif, mereka berhasil tidak hanya menyampaikan pesan-pesan penting tetapi juga meningkatkan keterlibatan pengikutnya. Penggunaan tagar yang relevan dan kampanye hashtag juga membantu meningkatkan visibilitas dan interaksi konten mereka di Instagram, sehingga menciptakan lingkaran positif dalam penyebaran informasi mengenai layanan publik dan proyek pemerintah. Dengan demikian, strategi konten akun Instagram Pemkab Gresik bukan hanya efektif sebagai sarana komunikasi modern tetapi juga memberikan kontribusi positif dalam memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat serta mempromosikan partisipasi aktif dalam pembangunan lokal.

b. Saran

Sebagai saran untuk meningkatkan strategi konten akun Instagram Pemkab Gresik dalam diseminasi informasi pelayanan publik, dapat dipertimbangkan beberapa langkah. Pertama, memperluas keragaman konten dengan mengintegrasikan cerita-cerita pengguna (user-generated content) atau testimonial masyarakat tentang pengalaman positif mereka dengan layanan pemerintah. Hal ini tidak hanya akan memberikan bukti nyata dari manfaat layanan yang disediakan, tetapi juga membangun kepercayaan dan keterlibatan lebih lanjut dari pengikut akun. Selanjutnya, meningkatkan interaksi dengan mengadakan sesi tanya jawab (Q&A) atau polling untuk memahami lebih baik kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap layanan publik yang ada. Dengan demikian, akun Instagram Pemkab Gresik dapat menjadi lebih responsif dan relevan dalam menyampaikan informasi serta membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakatnya.

Daftar Pustaka

- Annastasya, D. A., Muhibin, H. M., & Kuncoro, W. (2023). Pengaruh Media Sosial Akun Instagram Harian Bhirawa terhadap Minat Baca Generasi Z (Mahasiswa 17 Agustus 1945 Surabaya). In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 03, Issue 04).
- Dinas Komunikasi dan Informatika. (n.d.). Profil Dinas Komunikasi dan Informatika. Gresikkab.Go.Id. Retrieved May 9, 2024, from <https://gresikkab.go.id/profil/dinas-komunikasi-dan-informatika>
- Gresikkab. (n.d.). Profil Daerah: info Sejarah. Gresikkab.Go.Id. Retrieved May 9, 2024, from <https://gresikkab.go.id/info/sejarah>
- Jupriono, D., Andayani, A., & Pramono, B. S. (2021). PENYULUHAN LITERASI MEDIA DIGITAL: MENANGKAL BERITA HOAX DENGAN HUMOR. In *Jurnal Pengabdian Nasional* (Vol. 01, Issue 03). <https://opiniindonesia.com/2021/05/18/humor-hoax-kritik-sosial-kepada->
- Mardiana, W., & Widiyanto, H. K. (2018). *Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk Meningkatkan Citra di Mata Publik*.
- Pengarah Substansi, T., Suryanto, A., Idris, M., Tim Penulis Modul, Ms., Agus Purwanto, E., Damayani Tyastianti, D., Taufiq, A., & Novianto, W. (n.d.). “PELAYANAN PUBLIK” *Modul Pendidikan dan Pelatihan Dasar Kader PNS*.
- Ramadhani, C., & Sudaryanto, E. (2022). Strategi Komunikasi Humas Melalui Instagram Museum Penerangan Taman Mini Indonesia Indah Jakarta. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 03).
- Ruchiat Nugraha, A., Fatma Sjoraida, D., Komala Erdinaya, L., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221–239.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi* (Edisi Revisi). Rajagrafindo Persada.
- Sari, D. A. P., Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 212–222. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.159>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Ke-26). Alfabeta