



Efektivitas Media Sosial Instagram Humas Dispora Provinsi Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Citra

Tanthowi Jauhari Ahyani¹, Hasan Sazali², Yoserizal³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Corresponding Author : ✉ Owijauhar23@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to find out how effective the use of Instagram social media is in building Disporaprovsu image. The theories used in this research are new media theory, government public relations, effectiveness. New media theory and social media. The subjects of this research are Dispora Public Relations staff who manage Disporaprovsu Instagram and 5 Disporaprovsu Instagram followers. With research dates starting from 03 March 2022 - 27 May 2022. The method used in this research is the Qualitative Method with in-depth Interviews. The technical analysis used is descriptive qualitative analysis. The results of this research show that the effectiveness of Instagram media users is deep. The Public Relations image of the North Sumatera Utara Province Dispora is very good, the role of the North Sumatera Province Dispora Public Relations is very good, Plus there are also social media such as Instagram. Making it easier for people to get the latest services and information and news that is currently hot, especially, in the North Sumatera Province area. The dimensions used to measure its effectiveness are by conducting interviews using qualitative methods and using new theory media related to research means that the use of Instagram social media by Public Relations of Dispora @Disporasumut.id as a medium for disseminating information to the public is effective. The Public Relations Division as manager of @Disporasumut.id can be said quality photos and videos. So the goal of improving the image through the use of Instagram social media was achieved.

Keywords

Student Perception, Instagram Application, Social Media



This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Di era digital ini, kehidupan dunia manusia tidak bisa lepas dari efektivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial manusia serta sistem dan tatanan masyarakat. Lalu seberapa penting komunikasi dalam kehidupan manusia? (Suprato, 2006) Dari hasil penelitian terlihat bahwa proporsi waktu yang digunakan dalam proses komunikasi sangat besar, berkisar antara 72% hingga 90% dari waktu aktif kita. Luangkan 5% waktu anda untuk menulis, 10% membaca, 35% berbicara, dan

50% mendengarkan selama komunikasi (Integrated Nursing Communication, n.d.).

Oleh karena itu, Komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Standarisasi tata krama pergaulan antar manusia sangat diperlukan karena diperlukan komunikasi yang baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer, pedagang, pramugari, pemuka agama, penyuluh lapangan, pramuniaga dan lain sebagainya. (Hafied, 2006).

Perkembangan teknologi informasi komunikasi memenuhi kebutuhan akan pelayanan informasi publik melalui media. Berbagai media seolah olah menjadi mediator yang dapat mendorong penyebaran informasi. Oleh karena itu, kami menggunakan internet untuk memfilitasi kegiatan komunikasi. Dengan adanya internet saat ini, menggunakan dapat dengan mudah mengakses internet kapanpun dan dimanapun.

Dan internet sebagai salah satu alat komunikasi yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat di era digital ini tentu nya sangat diperlukan agar memudahkan pengguna untuk bertukar informasi dan memberikan informasi. Internet dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui salah satunya dengan hadirnya media sosial. Media sosial juga dapat sebagai tempat berbagi dalam segala kegiatan dilakukan oleh pengguna. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 132,7 juta orang, Adapun total penduduk Indonesia sendiri mencapai 132,7 juta orang, Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Dari angka tersebut, 87,4 persennya menggunakan internet untuk menggunakan internet untuk menggunakan jejaring sosial.

Sosial media di dunia, terutama Indonesia sangat lah banyak digunakan oleh masyarakat di antaranya ialah Facebook, Instagram, Youtube, whatsapp, Google, dll. Khusus nya Intagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan berbagai kalangan salah satu nya pemeritah kota. Instagram merupakan satu dari banyaknya media sosial yang sangat populer untuk sekarang ini. Instagram menawarkan fitur berbagai foto atau video ke sesama penggunanya. Dengan kolom komentar yang berbeda di bagian bawah foto/video nantinya akan menghasilkan komunikasi dua arah ke sesama penggunanya, dikolom tersebut para pengguna Instagram dapat memberikan komentar terkait foto/video yang telah di upload (1hendra & Laugu, 2020).

Oleh karena itu Instagram lah mendorong Humas Pemerintah Daerah untuk menggunakan teknologi media sosial itu, melalui media sosial dalam melakukan keterbukaan informasi kepada publik. Dari pada itu media sosial

dapat digunakan instansi terutama humas sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat untuk memberi pelayanan mengenai kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi pemerintah (Kurniasih et al, n.d.).

Salah satunya adalah Humas Instansi Dinas Pemuda Dan Olahraga Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Kondisi ini menjadi point plus bagi Humas yang menjadi corong utama komunikasi Instansi Pemerintah untuk membangun hubungan yang intensif agar citra dan reputasi dapat tercapai. Humas Dinas Pemuda dan Olahraga Pemerintah Provinsi Sumatera Utara sangat memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan keterbukaan informasi atau memberikan sajian informasi yang diberikan untuk masyarakat dalam memberitahukan program - program yang mereka rencanakan setiap harinya. Dan telah di dapati Humas Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara telah memiliki akun media sosial Instagram dengan nama pengguna @Disporasumut.id.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti Akun Media Sosial Instagram milik Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait dalam tugas Humas Dinas Pemuda dan Olahraga dalam meningkatkan citra dalam menyajikan program - program mereka di akun media sosial milik Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, di mana peneliti menggambarkan, meingkas berbagai situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi obyek penelitian. Format kualitatif dianggap lebih tepat digunakan untuk meneliti masalah yang membutuhkan studi mendalam, yang dimaksud dengan penelitian yang menghasilkan penemuan - penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur - prosedur statistic atau cara - cara lain dari kuantifikasi seperti berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu. tingkah laku pengguna, efek media dan implementasi suatu kebijakan (Moleong, 2018). Penelitian akan berlangsung di Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara yang berlokasi di Jl. Williem Iskandar No.9, Indra Kasih, Medan Tembung, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Medan, Sumatera Utara 20222. Adapun penelitian ini dilaksanakan mulai dari 10 Juli - 30 Agustus 2021. Dalam penelitian ini sumber skunder adalah para pegawai Humas Dinas Pemuda dan Olahraga

Provinsi Sumatera Utara. Data sekunder dari penelitiannya ini adalah artikel – artikel yang memuat tentang aplikasi Instagram dan juga buku – buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah mengelola data melalui analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan dalam bentuk penjelasan kata – kata ataupun gambar bukan angka, dan data diinterpretasikan dalam bentuk kalimat, sehingga maknanya dari data dapat mudah dipahami maknanya (Creswell, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persepsi Masyarakat dan Atlet terhadap Akun Media Sosial Instagram @Disporasumut.id Milik Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indera. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Effendy, 1992).

Persepsi yang dimaksud terdiri atas dua bagian, yaitu, persepsi lingkungan fisik dan persepsi sosial. Dalam kaitannya dengan akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram, persepsi lingkungan fisik ini dapat dicermati melalui konstruksi fisik atau aspek material postingan, waktu mengunggah serta unsur-unsur penyajian postingan misalnya teknik pemberitaan, properti atau ornamen yang digunakan dan lain sebagainya. Jika dicermati, isi postingan pada akun @Disporasumut.id sangat variatif, tidak hanya postingan tentang penyuluhan dan event yang adakan saja melainkan banyak juga mengenai perkembangan prasaran dan pencarian pemuda dan para atlet khususnya di Sumatera Utara.

Daya tarik sebuah akun pada umumnya terletak pada topik pembicaraan atau permasalahan yang dibicarakan, Dalam kaitan ini, ada beberapa kategori untuk mengetahui seberapa jauh permasalahan itu menarik, sebagai berikut (1) masalah itu mengandung informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat; (2) masalah itu menyangkut dengan kepentingan para atlet dan masyarakat yang membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut (Dewa & Safitri, 2022).

Daya tarik akun @Disporasumut.id adalah berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan atlet, seperti yang dikatakan oleh Muhammad Fahmi. Menurutnya, pihak humas Dispora sering memberikan info tentang adanya event-event atau pun tournament olahraga dan mengajak mengikuti kegiatan event tersebut.

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas sekelilingnya. Karena setiap orang mempunyai persepsi berbeda terhadap lingkungan sosialnya. Kajian persepsi sosial pada akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram, tampak suatu kecenderungan bahwa konten dalam postingan ini relatif aspek informasi dan edukasi dalam setiap postingan (Putri, 2022).

Persepsi masyarakat (Pelatif Futsal) terhadap akun @Disporasumut.id yaitu memberikan informasi mengenai event-event yang diadakan. Akun tersebut memposting video di aplikasi Instagram yang menjadi stimulus di kalangan remaja, khusus atlet dan masyarakat. Hal ini menimbulkan respon dan membentuk persepsi mereka dengan melihat postingan atau pesan yang disampaikan oleh Luthfi Khoiri, Menurutnya, persepsi akun @Disporasumut.id ini sangat membantu orang banyak. Khususnya para atlet dan para-para pemuda berbakat.

Pendapat di atas juga diperkuat oleh Bapak Irham Maulana. Akun @Disporasumut.id memudahkan ia untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan kegiatan dan bahkan juga sering membalas akun dari masyarakat yang menanyakan pemberitaan yang ditangkap kurang jelas oleh responden.

Motif Masyarakat dan Atlet Melihat Akun @Disporasumut.id Pada Aplikasi Instagram

Motif berasal dari kata "*motive*" yang berarti secara obyektif merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan (Hartaji, 2012).

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan terdapat motif yang beragam masyarakat dan atlet dalam melihat akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram. Terdapat empat indikator motif penggunaan yang mendorong masyarakat untuk melihat akun @Disporasumut.id, yaitu: motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

Hal tersebut tidak terlepas dari postingan akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram yang diasumsikan cukup berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat dan para atlet dari berbagai aspek motif. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, akun tersebut menyediakan postingan yang berisi tentang perkembangan event-event, keolahragaan dan penyuluhan. Dengan kata lain postingan tersebut memuat unsur informasi dan edukasi dari berbagai ekspetasi khalayak, seperti yang diungkapkan Fahmi.

Dari keterangan wawancara di atas diketahui bahwa masyarakat pada umumnya termotivasi untuk melihat akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram dengan alasan untuk memperoleh beragam informasi yang bernilai edukasi maupun informasi-informasi yang bersifat mengedukasi. Kecendrungan ini terkait erat dengan latar belakang masyarakat sebagai kalangan intelektual dengan tingkat kedewasaan dalam berpikir kritis dan intelegensi yang memadai sehingga ada upaya untuk menyeleksi media/konten siaran yang akan diaksesnya.

KESIMPULAN

Peneliti menarik kesimpulan bahwa media sosial Instagram dalam meningkatkan citra di Dispora Provinsi Sumatera Utara sudah sangat efektif dalam membangun citra Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara yang dapat peneliti simpulkan juga sangat baik, penyuluhan dan sebagainya. Juga adanya media sosial seperti Instagram mempermudah masyarakat mendapatkan info terkini dan berita yang hangat, dan juga event- event akan digelar. Persepsi masyarakat dan para atlet kota Medan pada akun @Disporasumut.id pada aplikasi Instagram dinilai dari persepsi lingkungan fisik dan persepsi sosial. Persepsi lingkungan fisik pada akun @Disporasumut.id sangat variatif, seperti tentang event-event, dan perkembangan dan keolahragaan di Sumatera Utara. Hal ini dengan aplikasi lain yang hanya mendepankan kriteria nilai fenomenal dan kontroversial dari postingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep, Syamsul iM iRomli. i(2012), Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendikia
- Cangara, Hafied. (2002), Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchajana. (2003), Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan pertama. Bandung: PT.10.01.84 CV Remadja Karya 1984.
- Frida Kusumastuti. (2004), Dasar-dasar Humas. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Hendra, J., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan

- Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, i4(1). <https://databooks.com>
- Agung. (n.d.). Tugas Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi pada Bank BNI Cabang Probolinggo).
- Ahmad, A., Alauddin Makassar, U., Sultan Alauddin No, J., & Makassar, K. (n.d.). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial (Vol. 08, Issue 02). Buku Sugiyono, S., Penelitian Kuantitatif, M., & Bandung, D. (n.d.). <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-kurikulum>, B. S. B., Pendidikan, T., ilmu, F., Universitas, P., Surabaya, N., & Lidah, K. (n.d.). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.
- Azlina, A.(2015), Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka).
- Sonny, Atmajaya. (2017), Perfektif dan Sikap Mahasiswa Terhadap Kesetaraan Gender. i 2(3), 47-48.
- Setiawan, Rudy. (2013), Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik di Youtube. 1(2), 355-374.
- Setiawan, Rudy. (2013), Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. 1(2), 356-372.
- Rahim, M dkk. (2018), Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus pada siswa siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda). 6(3), 263-275.
- Mulyana, Deddy. (2005), Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. i Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ismail Zaini, Achmad. (2016), Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Pt. Trimuda Nuansa Citra Sidoarjo. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Syamsu, H. I. A., N, L., & Nurdin, M. N. (2020). Pengaruh Umpan Balik Positif Media Sosial Terhadap Self Esteem Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Universitas Negeri Makassar. Jurnal Psikologi TALENTA, 5(1), 78.
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube). 1(2), 355-374.
- Setiadi Amik BSI Karawang Jl Banten No, A. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.