

PEMANGFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA DIALOG VIRTUAL PIMPINAN DAERAH DENGAN PUBLIK DI KABUPATEN BANYUMAS

Nabila Fatha Zainatul Hayah¹; Nawawi²

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto^{1,2}

E-mail: fathanabila23@gmail.com¹; nawawi@uinsaizu.ac.id²;

Abstrak

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi beberapa kebutuhan aktivitas sosial di dunia maya. Aktivitas sosial tersebut seperti halnya melakukan komunikasi dan interaksi, atau memberikan informasi berbentuk tulisan, foto dan video. Hal ini menjadikan media sosial berperan di segala lini kehidupan termasuk didalam sektor pemerintahan, yakni sebagai sarana ruang dialog publik antara pihak pemerintah dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis, serta mendeskripsikan komunikasi yang dilakukan oleh Bupati Banyumas Achmad Husain dengan masyarakatnya di ruang publik virtual dalam akun Instagramnya @ir_achmadhusain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang ditujukan pada akun Instagram Bupati Banyumas @ir_achmadhusain. Peneliti melakukan pengamatan terhadap akun Instagram Bupati Banyumas beserta interaksinya dengan masyarakat yang mengikuti. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Bupati Banyumas menjadikan media sosial Instagram sebagai ruang dialog publik virtual untuk menampung aspirasi, masukan, kritik dan saran. Selain itu, Ir. Achmad Husain juga memanfaatkan akun Instagramnya sebagai sarana pelayanan publik seperti; media sosialisasi, pemberian edukasi dan informasi serta ruang interaksi virtual antara dirinya dengan rakyatnya.

Kata kunci: Media, Instagram, Interaksi Sosial, Pelayanan Publik.

Abstract

Social media is a digital platform that facilitates several needs for social activities in cyberspace. These social activities such as communicating and interacting, or providing information in the form of writing, photos and videos. This makes social media play a role in all lines of life, including in the government sector, namely as a means of public dialogue space between the government and the community. This study aims to study, analyze, and describe the communication carried out by Banyumas Regent Achmad Husain with his community in virtual public spaces on his Instagram account @ir_achmadhusain. This research uses a descriptive qualitative approach aimed at the Banyumas Regent Instagram account @ir_achmadhusain with the content analysis method. Researchers observed the Banyumas Regent's Instagram account and its interactions with the people who followed. The results in this study show that the The Regent of Banyumas made Instagram social media a virtual public dialogue space to accommodate

aspirations, input, criticism and suggestions. In addition, Ir. Achmad Husain also uses his Instagram account as a means of public service such as; socialization media, providing education and information as well as virtual interaction spaces between himself and his people.

Keywords: *Media, Instagram, Social Interaction, Public Service*

PENDAHULUAN

Dunia hari ini telah memasuki babak baru peradaban, hal ini di tandai dengan pesatnya perkembangan teknologi digital.¹ Perkembangan tersebut membuat tatanan kehidupan manusia mengalami perubahan yang drastis dalam sekejap, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi. Dampak perkembangan teknologi digital dibidang komunikasi dan informasi memunculkan istilah baru yakni *Computer Mediated Communication* (CMC) atau bisa diartikan sebagai komunikasi yang diwakilkan melalui media komputer. CMC ini memberikan fasilitas kepada manusia berbentuk aplikasi yang sangat beragam, salah satu contohnya ialah media sosial.²

Media sosial merupakan lapak virtual yang digunakan oleh kebanyakan orang sebagai tempat bergaul di dunia digital.³ Pengguna media sosial bisa memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi, berbagi dan mencari informasi, memperluas jaringan pertemanan ataupun kegiatan yang lain-lainya. Beberapa contoh dari media sosial antara lain; Youtube, Instagram, Facebook, Path, Tiktok, Blog, Tweeter dan lain sebagainya.⁴

Media sosial paling populer pada akhir-akhir ini adalah media sosial Instagram. Pernyataan tersebut sesuai dengan perolehan data survey yang telah dilakukan oleh lembaga survey databoks, bahwasanya per-Januari-2023 telah

¹ Oktarizal Drianus, "Manusia Di Era Kebudayaan Digital: Interpretasi Ontologis Martin Heidegger," *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN* 9, no. 2 (December 20, 2018): 178–99, <https://doi.org/10.32923/MAW.V9I2.784>.

² Alcianno Ghobadi Gani, "SEJARAH DAN PERKEMBANGAN INTERNET DI INDONESIA," *Jurnal Mitra Manajemen* Vol 5, No (2013): 68–71, <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/>.

³ Naura Cantika and Sutisna Riyanto, "Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat," *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 6, no. 2 (2022): 219–32, <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>.

⁴ Umam, "Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya," Gramedia Blog, 2021, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>.

tercatat pengguna media sosial Instagram mencapai angka 2 Miliar pengguna.⁵ Instagram merupakan sebuah aplikasi digital yang memiliki beragam fitur menarik, diantaranya adalah fitur posting gambar dan fitur posting video. Instagram juga memiliki desain website yang cukup sederhana dan mudah dimengerti serta dipahami oleh para penggunanya, dan yang tidak kalah penting adalah jangkauannya yang luas serta penyebarannya yang bersifat massif.⁶

Dengan sifat jangkauannya yang luas dan penyebaran yang begitu masif membuat media sosial Instagram sering dijadikan sebagai media pengiriman pesan, baik oleh individu maupun institusional. Sejalan dengan pernyataan Susanto dalam karyanya yang mengatakan bahwa, seseorang yang menggunakan media sosial baik secara individual, kelompok ataupun institusional, dapat memposisikan diri sebagai pengirim pesan (*message sender*) maupun penerima pesan (*message recipient*) dalam komunikasi di dunia maya. Fleksibilitas pemanfaatan media sosial juga tidak dibatasi oleh status-status sosial, ekonomi dan politik yang ada di masyarakat, sehingga siapapun dari golongan apapun semuanya dapat mengaksesnya secara mudah tanpa tembok pembatas berjudul strata sosial atau status sosial. Media sosial juga memiliki kemampuan unggulan yakni dalam kecepatan menyampaikan pesan yang massif kepada khalayak atau pengguna media sosial lainnya, karena dukungan teknologi komunikasi yang dapat dengan mudah menjangkau khalayak lebih luas dan lebih cepat.⁷

Kepopuleran media sosial berhasil menepikan pemberitaan media massa dengan arus utama, yang membutuhkan proses dan waktu cukup panjang serta membutuhkan verifikasi keseimbangan informasi dari sumber pesan yang valid. Fakta ini turut membuat media sosial menjadi media pilihan yang lebih disukai oleh masyarakat dan turut meminggirkan eksistensi media-media yang lain seperti media

⁵ Cindy Mutia Anur, "Facebook Hingga Twitter, Ini Deretan Media Sosial Terpopuler Dunia Di Awal 2023," Databoks, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/06/facebook-hingga-twitter-ini-deretan-media-sosial-terpopuler-dunia-di-awal-2023>.

⁶ Arya Nugeraha, Abdullah Karim, and Nurliah, "Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda," *Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul* 1, no. 1 (2020): 1–15, [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil_\(12-15-20-01-09-02\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil_(12-15-20-01-09-02).pdf).

⁷ Priadji Priadji and Udi Rusadi, "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 581–88, <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2621>.

massa terlebih media cetak seperti koran yang telah dianggap kuno dan kurang fleksibel. Adanya media sosial sangat memudahkan penggunaannya untuk melakukan sharing informasi baik mengirim pesan maupun menerima pesan. Terlebih pada pernyataan Susanto diatas tadi yang seolah-olah menyebutkan bahwa media sosial (instagram) tidak pernah mengkotak-kotakan penggunaannya. Artinya siapapun boleh menggunakannya dan memanfaatkannya mulai dari orang biasa, anak sekolah, pemuka agama, politisi, hingga pejabat pun boleh menggunakan aplikasi tersebut⁸.

Satu dari sekian banyak pimpinan rakyat yang turut memanfaatkan media sosial Instagram adalah Ir. Achmad Husein. Ir. Achmad Husein merupakan pemimpin rakyat daerah (bupati) di wilayah Kabupaten Banyumas. Ia memanfaatkan eksistensi media sosial Instagram sebagai media dialog virtual dengan rakyatnya. Melalui akun @ir_achmadhusein ia banyak memposting foto dan video yang memiliki pesan informasi kepada para pengikutnya yang dalam hal ini adalah rakyat Banyumas. Akun @ir_achmadhusein sampai dengan Jum'at, 14 April 2023 memiliki jumlah pengikut sebanyak kurang lebih 144.000 followers, dengan 1.719 postingan yang terdiri dari postingan foto, video dan reels video.

Melalui akun @ir_achmadhusein pimpinan rakyat Banyumas tersebut secara tidak langsung telah membuka ruang dialog publik untuk rakyatnya. Dimana masyarakat Banyumas bisa mengungkapkan segala aspirasi-aspirasinya melalui kolom komentar dan fitur DM (direct message) yang telah tersedia pada website aplikasi Instagram. Hal ini menjadi langkah inovasi baru dari pemerintah banyumas khususnya bupati Banyumas dalam hal memfasilitasi ruang dialog publik yang efisien. Perihal ini menunjukkan bahwa, dalam konteks kajian komunikasi dapat menjelaskan bahwa perkembangan media sosial telah berfungsi sebagai platform yang memungkinkan interaksi langsung dan partisipatif antara pemerintah dan publik (masyarakat).⁹

Oleh karena itu, tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengkaji dan juga menganalisis komunikasi yang telah dilakukan oleh Bupati Banyumas yakni Bapak Ir. Achmad Husein melalui akun media sosial Instagramnya

⁸ Priadji and Rusadi. *Ibid.*,

⁹ Khaerudin, K., Amalia, M., Mardiah, A., & Ayuningtyas, I. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Problem di Masyarakat. *YASIN*, 2(1), 101-113. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i1.195>

@ir_achmadhusein dengan cara mendeskripsikan komunikasi antara Bupati Banyumas dengan masyarakat Banyumas di ruang publik virtual serta menganalisis isi pesan yang telah disampaikan oleh Bupati Banyumas dan masyarakat dalam ruang virtual di akun Instagram @ir_achmadhusain.

LANDASAN TEORI

Komunikasi adalah hal pokok yang ada dalam kehidupan manusia, khususnya pada kegiatan interaksi antar sesama manusia untuk saling bertukar informasi dan pesan guna mencapai tujuan Bersama.¹⁰ Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif hanya dapat tercipta ketika adanya keselarasan atau kesamaan antara pihak penyampai pesan dan penerima pesan.¹¹ Unsur-unsur penting yang memiliki andil dalam menciptakan komunikasi efektif diantaranya adalah komunikator (*source*), pesan (*message*), media (*chanel/saluran*), komunikan (*communicant*), dan efek (*effect*).¹²

Harold D Laswell dalam karyanya menyatakan bahwa komunikasi memiliki 5 elemen penting, yaitu¹³:

1. Siapa (who)

Siapa (who) disini diartikan sebagai orang yang mengirim pesan, bisa berbentuk individu, kelompok, organisasi atau lembaga yang menyampaikan pesan kepada audiens.

2. Mengatakan apa (What)

Mengatakan apa (what) diartikan sebagai isi pesan atau informasi dari pengirim pesan (*massage sender*) kepada penerima pesan (*massage recipient*), bisa berbentuk gagasan, ide, informasi atau niat tertentu yang ingin disampaikan.

¹⁰ Putri Purnama Sari and Syahril Furqany, "Komunikasi Pemasaran Produk Lokal Aceh Besar Di Masa Pandemi Covid 19," *At-Tanzir* Vol. 13 No (2021): 1–18, ejournal.staindirundeng.ac.id.

¹¹ Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, Dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016).

¹² Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017).

¹³ Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, Dan Aplikasi*.

3. Melalui saluran apa (Chanel)

Melalui saluran apa (Chanel) maksudnya adalah melalui saluran apa atau media apa pesan tersebut disampaikan oleh pengirim pesan, atau media apakah yang dipakai oleh pengirim pesan untuk mengirim pesan kepada penerima pesan. Media komunikasi sangat bermacam-macam diantaranya adalah televisi, radio, surat kabar, internet, media sosial dan lain sebagainya.

4. Kepada siapa (To Whom)

Elemen ini mengacu pada individu, kelompok, atau organisasi yang menerima pesan dari komunikator, yang dikenal dengan istilah komunikan.

5. Efeknya apa (With what effect)

Efeknya apa (with what effect) diartikan sebagai dampak atau efek dari pesan yang telah di sampaikan oleh pengirim pesan terhadap penerima pesan.

Pernyataan tersebut kerap dijuluki sebagai teori komunikasi Laswell yang dalam hal ini bisa di ringkas sebagai “Siapa mengatakan apa melalui saluran apa, dan efeknya apa”. Teori komunikasi Laswell memberikan pondasi yang kuat bagi kajian komunikasi dan politik serta tetap relevan dalam analisis pesan, media, dan pengaruhnya pada masyarakat hingga saat ini.¹⁴ Oleh sebab itu dalam penelitian ini teori komunikasi Laswell akan menjadi teori dasar dalam analisis data pada penelitian ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut pendapat dari Strauss dan Corbin dalam karyanya mengatakan bahwa jenis penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).¹⁵ Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, dimana pendekatan deskriptif ialah pendekatan penelitian yang mencoba menggambarkan dan menjelaskan berbagai fenomena atau kejadian yang tengah terjadi di

¹⁴ Rohim.

¹⁵ Pupu Saeful Rahmat, “Penelitian Kualitatif.Pdf,” *Penelitian Kualitatif*, 2006, yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf.

lingkungan baik itu alamiah maupun non-alamiah yang di deskripsikan melalui kata-kata dalam tulisan.¹⁶ Artinya, Pendekatan yang dipakai memungkinkan bagi peneliti untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena komunikasi yang berlaku di akun Instagram Bupati Banyumas, Ir. Achmad Husein secara mendalam dan komprehensif.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada akun @ir_achmadhusein, untuk mengamati interaksi, konten yang diposting, serta respon Masyarakat terhadap postingan yang ada. Kemudian, wawancara dilakukan kepada salah satu admin akun @ir_achmadhusein yang berinisial IB untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut tentang aspek komunikasi yang diterapkan dan bagaimana interaksi dengan masyarakat dikelola. Sedangkan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bahan literatur berupa buku, tesis, dan jurnal terkait pemanfaatan media sosial Instagram dalam konteks komunikasi publik, dalam penelitian ini yang di tinjau, Instagram Bupati Banyumas sebagai sarana dialog virtual pimpinan daerah dengan publik di Kabupaten Banyumas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Instagram Sebagai Media Sosialisasi

Metode sosialisasi dengan menggunakan media sosial sedang populer digunakan oleh berbagai instansi baik milik pemerintah maupun swasta. Salah satu contohnya adalah akun media sosial instagram milik pimpinan daerah Kabupaten Banyumas Bapak Ir Achmad Husein yang menamai akun Instagramnya dengan nama akun @ir_achmadhusein. Ia memanfaatkan Instagram miliknya untuk memberikan sosialisasi mengenai program-program Pemda Banyumas yang telah dirancang. Program pemerintah Banyumas yang saat ini sedang menjadi sorotan Pemda Banyumas adalah memajukan UMKM daerah Kabupaten Banyumas.¹⁷

UMKM ialah salah satu jenis usaha kecil yang begitu berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi dan kondisi apapun untuk tercapainya

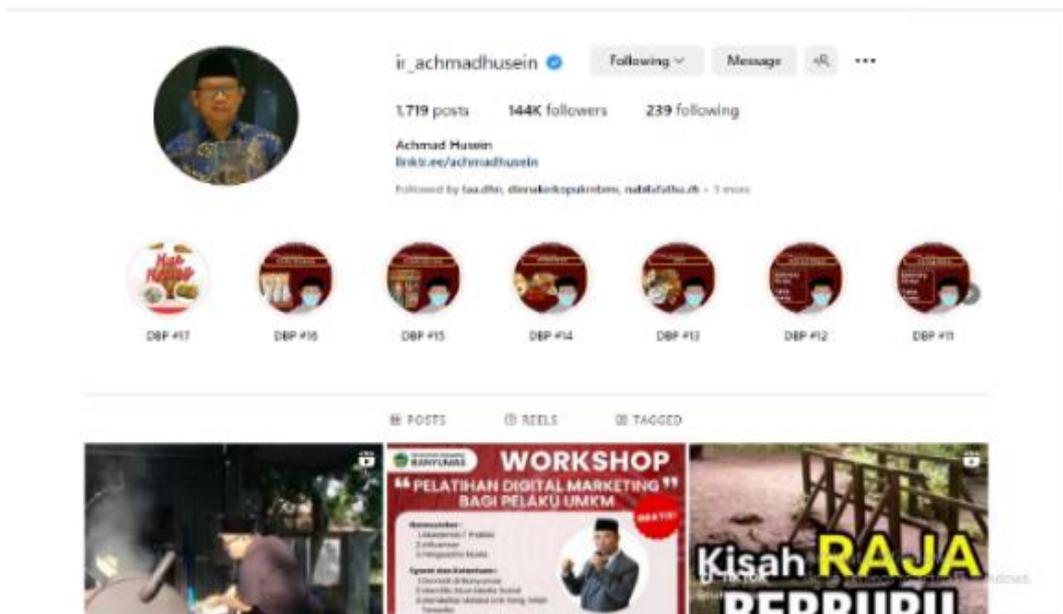
¹⁶ Albi Anggito and Johan Setiawan, "Metodologi Penelitian Kualitatif," CV. Jejak., 2018, https://books.google.co.id/books/about/metodologi_penelitian_kualitatif.html?id=59V8DwAAQB-AJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

¹⁷ "Wawancara Dengan Narasumber IB" (Wawancara dilakukan secara online pada tanggal 13 April 2023, 2023).

kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti saat terjadinya bencana covid-19 pada tahun 2020-2022, dimana banyak usaha-usaha besar yang berjatuh karena dampak covid-19 namun UMKM tetap bertahan dan bahkan bertambah jumlahnya. Selain itu dampak besar dari adanya UMKM disuatu daerah dapat dilihat ketika banyaknya tenaga kerja yang mendapat peluang pekerjaan dari adanya bisnis UMKM. Itulah mengapa hadirnya UMKM sangat berarti bagi suatu daerah.¹⁸

Melihat potensi yang begitu besar dalam UMKM yang dapat memajukan sektor perekonomian daerah, bupati Banyumas Bapak Ir. Achmad Husein memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media sosialisasi untuk mensukseskan UMKM daerah yang ada di kabupaten Banyumas. Hal ini bisa dilihat pada akun instagram @ir_achmadhusein yang sering sekali mengunggah produk hasil UMKM rakyatnya ke feeds, instastory, video reels maupun di highlight instagramnya.

Gambar 1.1



Screenshot beranda profil instagram @ir_achmadhusein

¹⁸ Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84, <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>.

Dalam akun instagram Bupati Banyumas @ir_achmadhusein sosialisasi UMKM dibuatkan highlight khusus dibagian atas postingan feed yang diberinama konten DBP. DBP adalah singkatan dari “Dasaran Bakul Peso” yang jika dimaknai dasaran adalah dagangan atau lapak sedangkan bakul peso adalah sapaan akrab dari masyarakat Banyumas untuk sang Bupati. DBP merupakan usaha bupati banyumas untuk mempromosikan UMKM buatan masyarakat Banyumas agar dikenal banyak orang dengan cara merepost postingan instastory dari pelaku UMKM yang telah menandai akun @ir_achmadhusein. Sehingga postingan dari pelaku UMKM tersebut tampil di instastory akun bupati Banyumas tersebut yang telah memiliki 144.000 followers. Harapannya para followers dapat mengenal produk tersebut dan kemudian membeli produk dagangan yang telah di promosikan oleh akun Bupati Banyumas @ir_achmadhusein.

Syarat-syarat untuk direpost di konten DBP milik @ir_achmadhusein pun cukup mudah yakni:

1. Khusus UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas
2. Produk sendiri bukan reseller
3. Posting di story instagram tag akun @ir_achmadhusein, hastag #DasaranBakulPeso
4. Cantumkan (Nama Brand, Alamat, No HP)
5. Menyesuaikan tema DBP per minggu

Setiap minggunya konten DBP memiliki tema tersendiri, contoh: Minggu pertama di bula Januari tema DBP adalah Produk Menu Buka Puasa “Takjil”, maka UMKM yang berpotensi di repost oleh akun @ir_achmadhusein adalah UMKM yang menjual produk menu buka puasa atau takjil. Hadirnya program Dasaran Bakul Peso (DBP) tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya untuk memperkuat komunitas UMKM di Kabupaten Banyumas. Dengan melibatkan pelaku usaha lokal dalam setiap tema mingguan, program ini menciptakan rasa kebersamaan dan kolaborasi di antara para pengusaha. Setiap minggu, tema yang berbeda memberikan kesempatan bagi berbagai jenis produk untuk mendapatkan sorotan, mulai dari makanan khas daerah hingga kerajinan tangan. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga mendorong kreativitas pelaku UMKM untuk berinovasi sesuai dengan permintaan pasar.

Gambar 1.2



Screenshot highlight DBP pada akun @ir_achmadhusein

Adanya DBP juga secara tidak langsung telah membuka ruang dialog interaktif secara virtual antara sang Bupati dengan rakyatnya. Karena pada saat proses DBP berlangsung terdapat pesan yang tersampaikan dari Bupati Banyumas selaku komunikator kepada pelaku UMKM selaku komunikan. Komunikator (@ir_achmadhusein) menyampaikan Pesan (postingan syarat repost DBP), yang kemudian mendapat feedback dari Komunikan (rakyat Banyumas pelaku UMKM) yang membuat konten menarik tentang dagangannya yang kemudian melaksanakan syarat-syarat yang diajukan oleh Komunikan guna mencapai tujuan (direpost oleh akun @ir_achmadhusein). Selain itu, keberadaan konten DBP di akun Bupati Banyumas tentunya, memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Melalui inisiatif ini, Bupati Banyumas menunjukkan komitmennya untuk memberdayakan masyarakat dan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik di wilayahnya.

B. Instargam Sebagai Sarana Informasi dan Edukasi

Mendapatkan informasi di era teknologi digital kini terasa sangat mudah seperti halnya membolak balikan telapak tangan. Tidak seperti di zaman dahulu, untuk mendapatkan informasi harus melalui koneksi antar teman atau menunggu diterbitkannya media cetak sesuai dengan jadwal terbitnya. Bahkan jika ditarik lebih mundur lagi kezaman sebelum adanya media massa, untuk mendapatkan

informasi maka seseorang harus mengirimkan sandi seperti halnya pengiriman sandi morse dan lain sebagainya. Instagram sebagai salah satu produk dari teknologi digital sering dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan. Pesan tersebut bisa berupa pesan informasi yang berkaitan dengan edukasi maupun pesan informasi yang berkaitan dengan hal lain.

Artinya dalam hal ini Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan edukasi. Dalam konteks pemanfaatan Instagram sebagai sarana informasi dan edukasi Ir Achmad Husein selaku Bupati Kabupaten Banyumas turut andil dalam memanfaatkan suatu hal tersebut. Hal ini bisa dilihat pada akun Instagramnya @ir_achmadhusein yang kerap kali memposting postingan yang bersifat informatif dan edukatif. Salah satu contoh unggahan yang mendapat tanggapan cukup banyak adalah postingan bupati Banyumas pada tanggal 1 April 2020. Dimana pada waktu itu terjadi sebuah peristiwa yang cukup menggemparkan yakni adanya penolakan jenazah yang terkontaminasi covid-19.

Gambar 1.3



Screenshot postingan akun @ir_achmadhusein

Dalam video tersebut Ir. Achmad Husein menyampaikan permintaan maaf atas terjadinya peristiwa penolakan jenazah positif covid-19 kepada seluruh masyarakat Banyumas, baik dari sisi keluarga yang mengalami penolakan maupun dari sisi masyarakat yang menolak. Selain meminta maaf ia juga menyampaikan

beberapa informasi yang berkaitan dengan edukasi kepada masyarakat Banyumas terkait dengan covid-19. Ia berkata bahwa virus yang ada di jasad jenazah pasien positif covid-19 akan ikut mati setelah 7-9 jam, dan ia mengimbau kepada masyarakat agar tidak perlu takut lagi ketika menghadapi jenazah positif covid-19.

Selain itu Bupati Banyumas tersebut juga menceritakan pengalaman pribadinya yang ikut menggali kubur serta menguburkan langsung jenazah positif covid-19 kedalam liang lahat. Hal ini ia tujukan sebagai upaya untuk mengedukasi warga agar tidak ketakutan ketika ada pasien covid-19 yang meninggal. Contoh pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana informasi dan edukasi yang lainnya adalah ketika Ir Achmad Husein dalam akunnya @ir_achmadhusein sering mengunggah pamflet-pamflet informatif. Sepertihalnya informasi arus lalu lintas, edukasi workshop dan pelatihan serta berbagai informasi terkait dengan promosi wisata di Banyumas.

Gambar 1.4



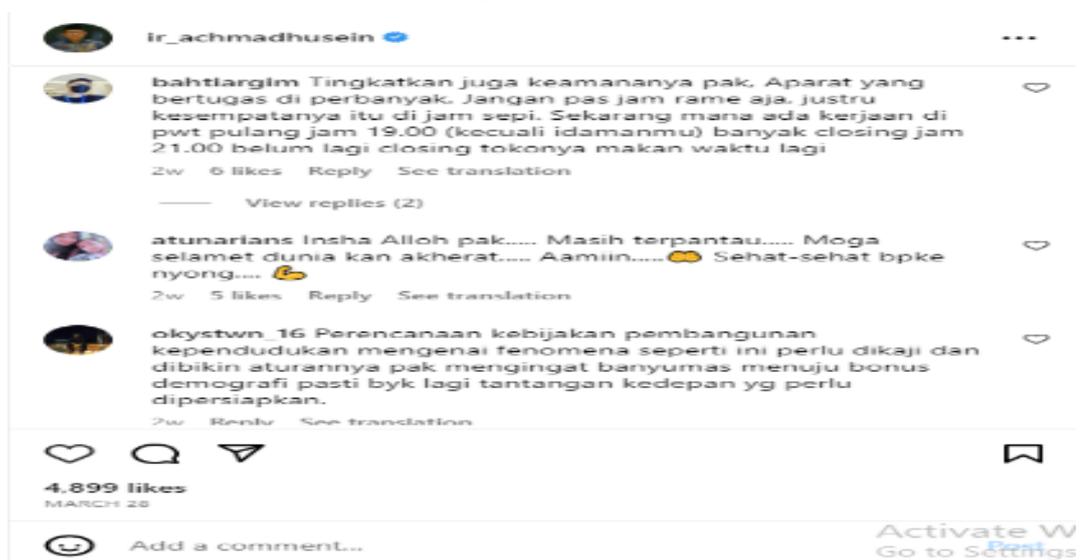
Screenshot postingan akun @ir_achmadhusein

Dalam keterangan caption foto postingan Ir. Achmad Husein, ia menuliskan “*Sayang anak kuwe dudu nggawe seneng, ngejorna sekarepe dewek. Diwanti-wanti aja bali kewengen, angger kewengen ya dipenging di luruhi angger perlu ya diomeih tapi aja kasar. Semoga dina kiye awake dewek kabeh ora nana sing mrengut.*”

Jika di terjemahkan dalam bahasa Indonesia maka caption tersebut berbunyi “*Sayang anak itu tidak hanya dibuat senang, dengan cara di biarkan begitu saja. Akan tetapi di beri pengertian supaya tidak pulang terlalu larut, kalau pulang terlalu larut ya dikasih pengertian, ditegur kalau perlu ya dimarahin tapi tidak boleh kasar. Semoga hari ini kita semua tidak ada yang bermuka masam atau kusut.*”

Postingan ini di kontekskan dengan keadaan Kabupaten Banyumas di bulan lalu yang kurang aman akibat adanya kasus-kasus penculikan. Jadi dari kasus tersebut Bupati Banyumas memberi himbauan kepada rakyatnya khususnya yang memiliki anak supaya lebih memberi perhatian kepada anak-anaknya agar selalu hati-hati dan tidak pulang jerumah terlalu larut karena untuk meminimalisir sesuatu yang terjadi diluar yang dapat membahayakan anak-anak mereka. Postingan tersebut menuai beberapa respon positif dari para pengikutnya. Ada yang sekedar memberi apresiasi berupa pujian ada pula yang memberikan opini-opini tanggapan atas postingan dari akun Bupati Banyumas Ir.Achmad Husein tersebut.

Gambar 1.5



Screenshot postingan akun @ir_achmadhusein

Margaretha dan Sunarya dalam artikelnya menyatakan bahwa, Instagram mempunyai beragam potensi salah satu potensi yang dinilai paling berpengaruh yakni bisa digunakan sebagai media penyampai informasi karena dalam aplikasi Instagram mempunyai fitur-fitur yang memenuhi tujuh aspek. Ketujuh aspek

tersebut yaitu *credibility* (kredibilitas), *contex* (konteks), *content*, (konten), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), *channels* (saluran), dan *capability of the audience* (kapabilitas khalayak). Instagram mempunyai ciri khasnya tersendiri, yakni dalam aplikasi tersebut mengedepankan pesan visual dan interaktivitas yang cukup tinggi. Itulah mengapa Instagram menjadi media yang pas untuk dijadikan sebagai media penyampai informasi dan edukasi.¹⁹

C. Instagram Sebagai Media Interaksi dan Dialog Virtual

Bupati Banyumas, Bapak Ir. Achmad Husein memanfaatkan dengan optimal fitur-fitur yang ada dalam aplikasi media sosial Instagram, contohnya adalah seperti memanfaatkan fitur “Live Instagram”. Fitur live pada aplikasi Instagram telah memfasilitasi penggunaannya untuk melakukan siaran langsung dan berinteraksi dengan para pengikutnya secara virtual, meski pengikutnya hanya dapat memberikan pertanyaan dan pernyataan secara teks. Dalam setiap kesempatan “Live Instagram”, Bupati menyediakan ruang dialog virtual untuk para pengikutnya melalui tanya jawab mengenai hal apapun yang ditanyakan oleh pengikutnya yang dalam hal ini adalah Masyarakat Banyumas.

Sebagai contoh ketika pada suatu waktu Bupati Banyumas melakukan live di Instagram untuk menyapa warganya. Bupati Banyumas Ir. Achmad Husein memanfaatkan fitur tersebut untuk berinteraksi secara dekat dengan masyarakat Banyumas di ruang virtual media sosial Instagram, sehingga kadang ada hal-hal yang lucu yang terlontar hingga dapat menjadi viral.

Salah satu contohnya adalah ketika ada salah seorang pengikut yang melontarkan pernyataan bahwa Bupati Banyumas seperti “bakul peso” atau dalam bahasa Indonesianya adalah penjual pisau, sehingga membuat kelucuan di ruang virtual tersebut. Bahkan, kemudian Bupati secara suka rela menanggapi dengan penuh canda dan tawa sambil menggeser peci hitam yang dikenakannya sambil menyatakan, “Aku geget”. Respons tersebut menunjukkan bahwa antara pemimpin

¹⁹ Lusyan Margaretha and Dini Maryani Sunarya, “INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI 9 PROGRAM UNGGULAN PEMERINTAH (Studi Kasus Pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Pada Instagram @kemenkopUKM),” *Communication* 8, no. 2 (October 1, 2017): 88–105, <https://doi.org/10.36080/COMM.V8I2.637.G536>.

dengan masyarakatnya cukup dekat, sehingga mampu menciptakan guyonan (candaan) meski dalam ruang virtual.



Screenshot live instagram akun @ir_achmadhusein

Tanggapan-tanggapan dalam Instagram akan lebih menarik apabila menggunakan unsur – unsur seperti audio maupun visual. Beberapa fenomena menarik yang kemudian muncul adalah unggahan yang berupa gambar dan video dalam media sosial yang mendapatkan tanggapan positif jika dibandingkan dengan unggahan teks, karena memang audio visual lebih interaktif daripada unggahan berbentuk pesan teks. Pada era sekarang, khalayak cenderung lebih memilih informasi melalui video apabila dibandingkan dengan gambar atau teks.²⁰

Dalam konteks “*Live Instagram*” Bupati Banyumas biasanya akan diikuti oleh ribuan pengikut yang ikut serta melakukan tanggapan di kolom komentar. Di sinilah muncul sebuah interaksi antara pemimpin dengan masyarakatnya dalam kondisi serius tetapi santai bahkan kadang ada lelucon yang muncul dalam interaksi tersebut. Interaksi sosial melalui media sosial tersebut bisa terjadi karena didukung

²⁰ Lilik Darmawan, “INSTAGRAM SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI VIRTUAL ANTARA PEMIMPIN DAERAH DENGAN PUBLIK PADA SAAT PANDEMI COVID-19,” *ACTA DIURNA* 17, no. 2021 (2021): 1–23.

oleh khalayak yang telah menggunakan media sosial, bahkan peningkatannya cukup signifikan. Seperti halnya Instagram Bupati Banyumas yang cukup menyita perhatian khalayak salah satunya adalah “*live Instagram*” tersebut. Sebab, khalayak dapat mengajukan pertanyaan secara interaktif.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa media sosial Instagram berfungsi sebagai sarana dialog virtual yang efektif antara Bupati Banyumas, Ir. Achmad Husein, dan masyarakat. Melalui akun Instagram @ir_achmadhusein, Bupati tidak hanya menyampaikan informasi terkait program pemerintah, tetapi juga membuka ruang bagi masyarakat untuk memberikan aspirasi, kritik, dan saran. Temuan utama dari penelitian ini meliputi; Bupati Banyumas menjadikan media sosial Instagram sebagai ruang dialog publik virtual untuk menampung aspirasi, masukan, kritik dan saran dari masyarakat. Selain itu, Ir. Achmad Husain juga memanfaatkan akun Instagramnya sebagai sarana pelayanan publik seperti; media sosialisasi, pemberian edukasi dan informasi serta ruang interaksi sosial bersifat virtual antara dirinya selaku pimpinan daerah dengan rakyatnya yang ada di wilayah Kabupaten Banyumas. Secara keseluruhan, penggunaan Instagram oleh Bupati Banyumas telah menciptakan komunikasi yang lebih transparan dan responsif, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. “Metodologi Penelitian Kualitatif.” CV. Jejak., 2018.
https://books.google.co.id/books/about/metodologi_penelitian_kualitatif.html?id=59V8DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.
- Anur, Cindy Mutia. “Facebook Hingga Twitter, Ini Deretan Media Sosial Terpopuler Dunia Di Awal 2023.” Databoks, 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/06/facebook-hingga-twitter-ini-deretan-media-sosial-terpopuler-dunia-di-awal-2023>.
- Cantika, Naura, and Sutisna Riyanto. “Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 6, no. 2 (2022): 219–32. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>.

- Caropeboka, Ratu Mutialela. *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017.
- Darmawan, Lilik. "INSTAGRAM SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI VIRTUAL ANTARA PEMIMPIN DAERAH DENGAN PUBLIK PADA SAAT PANDEMI COVID-19." *ACTA DIURNA* 17, no. 2021 (2021): 1–23.
- Drianus, Oktarizal. "Manusia Di Era Kebudayaan Digital: Interpretasi Ontologis Martin Heidegger." *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN* 9, no. 2 (December 20, 2018): 178–99. <https://doi.org/10.32923/MAW.V9I2.784>.
- Farisi, Salman Al, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84. <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>.
- Gani, Alcianno Ghobadi. "SEJARAH DAN PERKEMBANGAN INTERNET DI INDONESIA." *Jurnal Mitra Manajemen* Vol 5, No (2013): 68–71. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/>.
- Khaerudin, K., Amalia, M., Mardiah, A., & Ayuningtyas, I. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Problem di Masyarakat. *YASIN*, 2(1), 101-113. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i1.195>
- Margaretha, Lusyan, and Dini Maryani Sunarya. "INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI 9 PROGRAM UNGGULAN PEMERINTAH (Studi Kasus Pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Pada Instagram @kemenkopUKM)." *Communication* 8, no. 2 (October 1, 2017): 88–105. <https://doi.org/10.36080/COMM.V8I2.637.G536>.
- Nugeraha, Arya, Abdullah Karim, and Nurliah. "Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda." *Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul* 1, no. 1 (2020): 1–15. [http://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil\(12-15-20-01-09-02\).pdf](http://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil(12-15-20-01-09-02).pdf).
- Priadji, Priadji, and Udi Rusadi. "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 581–88. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2621>.
- Pujileksono, Sugeng. "Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif (edisi 2)." Malang, Indonesia: Intrans Publishing Group, 2016.
- Rahmat, Pupu Saeful. "Penelitian Kualitatif.Pdf." *Penelitian Kualitatif*, 2006. <yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf>.
- Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, Dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016.
- Sari, Putri Purnama, and Syahril Furqany. "Komunikasi Pemasaran Produk Lokal

Aceh Besar Di Masa Pandemi Covid 19.” *At-Tanzir* Vol. 13 No (2021): 1–18. ejournal.staindirundeng.ac.id.

Umam. “Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya.” Gramedia Blog, 2021. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>.

“Wawancara Dengan Narasumber IB.” Wawancara dilakukan secara online pada tanggal 13 April 2023, 2023.