



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet membuat media sosial menjadi salah satu media komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa media sosial merupakan layanan yang paling banyak diakses menggunakan internet kedua (87,13%) setelah layanan pesan singkat (89,35%) (KOMINFO 2018:3). Data ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjangkau masyarakat yang sangat luas.

Simarmata (2017:208) mendefinisikan media sosial sebagai suatu sarana yang terdiri dari berbagai bentuk-bentuk media online yang bercirikan terdapatnya partisipasi penggunaannya, keterbukaan terhadap substansi masalah, percakapan dua arah, komunitas yang memiliki kepentingan sama, dan keterhubungan terhadap situs, sumber daya, dan orang. Sementara Damayanti *et al* (2020: 94) berpendapat bahwa media sosial adalah alat untuk berkomunikasi yang digunakan oleh khalayak untuk proses sosial. Media sosial dapat memberikan manfaat bagi individu maupun organisasi. Bagi individu, media sosial bermanfaat sebagai media komunikasi digital, sarana hiburan, pembelajaran dan pengembangan diri. Sementara bagi organisasi, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi dengan publik.

Pemerintah sebagai penyelenggara negara yang harus menjangkau masyarakat luas perlu memanfaatkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi publik. Komunikasi publik merujuk pada kampanye komunikasi yakni kegiatan yang menggunakan berbagai teori dan strategi komunikasi untuk mempengaruhi khalayak luas dengan cara-cara yang dapat diukur (Srisadono, 2018:214). Kemudahan dan kecepatan layanan media sosial semakin mendorong pemerintah untuk menjadikan media sosial sebagai salah satu media komunikasi publik. Selain mudah diakses, media sosial juga membuka kesempatan bagi publik untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan serta mendengarkan opini masyarakat. Sedarmayanti (2018:180) menjelaskan bahwa pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan merespons keinginan masyarakat sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku. Aparatur Sipil Negara sebagai komunikator pemerintah yang terdiri dari tingkat bawah, sampai tingkat tinggi harus mampu mengkomunikasikan segala sesuatu yang perlu dikomunikasikan, berisi komunikasi pemerintahan.

Kecakapan pemerintah dalam melakukan komunikasi publik melalui media sosial menjadi satu hal yang penting untuk menjaga citra dan kepercayaan di mata masyarakat. Mardiana *et al* (2017:2) menjelaskan bahwa berkomunikasi dengan publik untuk membangun relasi yang baik, menghindari kesalahpahaman, dan sekaligus membangun citra baik suatu perusahaan atau lembaga merupakan seni *public relations*. Di lingkungan pemerintah daerah, yang menjalankan fungsi humas atau *public relations* ada dua lembaga, yaitu humas yang berada di bawah Sekretariat Daerah dan Dinas Komunikasi dan Informatika (Suprawoto, 2018:107).

Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Purbalingga menjalankan peran fungsi tersebut sebagai lembaga pemerintahan daerah yang bertanggung jawab dalam upaya penyebarluasan dan pemerataan informasi kepada masyarakat sesuai dengan Peraturan Bupati Nomor 90 Tahun 2016



Tentang Kependudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga dengan memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi publik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana kegiatan pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga sebagai media komunikasi publik?
- 2) Apa saja hambatan dalam komunikasi publik melalui media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah :

- 1) Menjelaskan kegiatan pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga sebagai media komunikasi publik.
- 2) Menjelaskan hambatan dalam komunikasi publik melalui media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga.

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk Tugas Akhir ini dilakukan pada saat masa Praktik Kerja Lapangan, yang dilaksanakan selama dua bulan, mulai tanggal 1 Maret sampai dengan 1 Mei 2021 di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga, yang terletak di Jalan Letkol Isdiman No.5, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, sesuai jam kerja instansi yaitu pukul 08.00-16.00 WIB pada hari Senin sampai Kamis, dan pukul 08.00-14.30 WIB pada hari Jumat.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam proses pembuatan Laporan Akhir ini yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer diperoleh secara langsung pada saat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan melalui wawancara mendalam dengan staf Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga.
- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pengumpulan data melalui sumber-sumber yang telah ada seperti *website* resmi dan media sosial instansi, serta studi pustaka dari literatur buku dan jurnal yang menunjang materi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

Instrumen merupakan peralatan yang menunjang dalam melakukan pengumpulan data. Instrumen yang digunakan yaitu berupa alat tulis, dan *smartphone*.