

Analisis SWOT Konten Informatif pada Media Sosial Instansi Pemerintah Daerah

Adinda Rizki A*, Ani Yuningsih

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*adindac61@gmail.com, yuningsihani@yahoo.com

Abstract. The Communication and Information Service (Diskominfo) is one of the Regional Government Institutions which operates in the field of communication and information, the Bandung City Diskominfo has one of the main tasks and functions of disseminating informative information and socializing various programs in the Bandung City Government. Therefore, the Bandung City Diskominfo has various strategies to improve the delivery of informative messages on their Instagram social media so that they can be well received by the public. The aim of this research is to find out what strengths, weaknesses, opportunities and threats the informative content on Instagram Diskominfo Bandung City has and what strategies are needed to maximize its potential. The method that researchers use is a qualitative research method with a case study approach. The result of this research is a SWOT analysis strategy map as a basis for optimizing the strengths, weaknesses, opportunities and threats of informative content published by Instagram Diskominfo Bandung City.

Keywords: *SWOT Analysis, SWOT Analysis Strategy, Informative Content, Diskominfo Bandung City.*

Abstrak. Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) merupakan salah satu Lembaga Pemerintah Daerah yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi, Diskominfo Kota Bandung memiliki tupoksi salah satunya untuk menyebar luaskan informasi yang informatif dan mensosialisasikan berbagai program yang ada di Pemerintah Kota Bandung. Oleh karena itu Diskominfo Kota Bandung memiliki berbagai strategi untuk dapat meningkatkan penyampaian pesan informatif pada media sosial Instagram yang mereka miliki agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh konten informatif pada Instagram Diskominfo Kota Bandung dan apa saja strategi yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki. Metode yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah peta strategi analisis swot sebagai landasan dalam mengoptimalkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari konten informatif yang dipublikasikan oleh Instagram Diskominfo Kota Bandung.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Strategi Analisis SWOT, Konten Informatif, Diskominfo Kota Bandung.*

A. Pendahuluan

Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) merupakan salah satu Lembaga Pemerintah Daerah yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi, Diskominfo Kota Bandung memiliki tupoksi salah satunya untuk menyebar luaskan informasi yang informatif dan mensosialisasikan berbagai program yang ada di Pemerintah Kota Bandung. Kualitas layanan publik yang digunakan Diskominfo Kota Bandung dilakukan dengan memanfaatkan media sosial.

Di era komunikasi yang telah melalui banyak perubahan ini dilakukan *Sharing Government Public Relations (GPR)* tentang Komunikasi Pemerintah di Era Digital di Surabaya, Jawa Timur pada hari Rabu, 24 Mei 2017 yang menyatakan bahwa media sosial saat ini telah memiliki banyak pengguna dan digunakan sebagai cara untuk berkomunikasi, seperti yang dikatakan Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Rudiantara pada seputarbandunggraya.com.

Optimalisasi peningkatan pelayanan publik pun dilakukan Diskominfo Kota Bandung dengan pemanfaatan media sosial melalui Instagram @diskominfobdg untuk menyebarkan berbagai konten informatif kepada masyarakat. Menurut (Effendy, 1986 dalam Tommy dan Fahrianoor 2004: 86-87) tentang teknik komunikasi yang umum digunakan salah satunya, yaitu bentuk komunikasi informatif yang bertujuan untuk memberikan informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik menggunakan media-media yang mendukung, yang terpenting informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan kepada si penerima pesan.

Oleh karena itu Instagram menjadi media sosial utama yang digunakan Diskominfo Kota Bandung dalam pembuatan konten informatif untuk memberikan layanan yang baik kepada masyarakat, konten informatif pun dikelola menggunakan berbagai strategi, salah satunya analisis swot untuk mengidentifikasi berbagai aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut (Fadilah & Weriantoni, 2019; Ambarwati, 2020; Fakhurrrazi, 2021) analisis swot pada dasarnya adalah teknik identifikasi faktor-faktor serta unsur penentu dalam pembangunan institusi secara sistematis. Adapun faktor yang mempengaruhi penyusunan strategi pada analisis swot adalah faktor internal dan eksternal (1).

Peneliti pun memilih Instagram Diskominfo Kota Bandung dikarenakan dengan berbagai konten informatif mengenai kinerja yang dilakukan Dinas Komunikasi Kota Bandung baik itu dalam internal maupun eksternal. Diskominfo Kota Bandung pun menjadi salah satu Dinas Komunikasi dan Informasi yang memiliki berbagai prestasi keberhasilan, salah satunya adalah Diskominfo Kota Bandung meraih Penghargaan Smart Government dan Smart Society dalam Kegiatan Forum Smart City Nasional, Pameran dan Awarding Gerakan Menjadi Smart City 2023. Penghargaan tersebut diberikan langsung oleh menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) RI Budi Arie Setiadi Kepada Pj. Wali Kota Bandung, Bambang Tirtoyuliono yang diwakili Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung di Nusantara Hall, ICE BSD City Tangerang Selatan, Kamis 7 Desember 2023. Penelitian sebelumnya mengenai pemanfaatan media sosial Instagram diskominfo daerah pun pernah dilakukan oleh (Firdausya, 2023) mengenai karakter diskominfo tentang peningkatan kesadaran masyarakat terhadap berbagai program pemerintah pada media sosial Instagram Diskominfo Kota Dumai @kominfo.dumai.

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis identifikasi kekuatan pesan informatif yang menonjol pada media sosial Instagram Diskominfo Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis penanggulangan kelemahan dalam pembuatan pesan informatif pada media sosial Instagram Diskominfo Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis pemanfaatan peluang dalam membuat pesan informatif pada Instagram Diskominfo Kota Bandung.
4. Untuk menganalisis tindakan Instagram Diskominfo Kota Bandung dalam menghadapi ancaman pesan informatif pesaing.
5. Untuk mengetahui alasan Diskominfo Kota Bandung menggunakan strategi analisis swot.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang strategi komunikasi informatif yang digunakan di akun Instagram Diskominfo Kota. Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini sebagai analisis menyeluruh terhadap tindakan yang memiliki makna sosial melalui pengamatan langsung dan rinci.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis data sistematis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti melakukan wawancara dengan dua informan kunci dari Diskominfo Kota Bandung, yaitu Bapak Albar Hendra, sebagai Tenaga Ahli Kompetensi Sosial Media Diskominfo Kota Bandung dan Bapak Andri Aulia Hakim, A. Md yang merupakan Pengelola Teknologi Informasi yang digunakan oleh Diskominfo Kota Bandung. Hasil wawancara tersebut menghasilkan pemetaan hasil strategi analisis swot sebagai berikut:

Strength (Keuntungan)

Diskominfo Kota Bandung memiliki keunggulan dalam penyampaian pesan dalam bentuk narasi, visual, dan penyusunan pesan yang kreatif. Mereka dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk melakukan kampanye yang berkaitan dengan lingkungan, pendidikan, keamanan dan ketertiban di masa mendatang. Diskominfo Kota Bandung pun dapat meningkatkan kualitas pesan melalui manajemen isu untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dan meningkatkan pemahaman mereka. Dengan menggunakan teori kampanye pemasaran sosial, Diskominfo dapat menggunakan Instagram untuk memasarkan program unggulan, kebijakan baru, nilai-nilai sosial budaya, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang program dan kebijakan Pemerintah Kota Bandung. Ketika kampanye pemasaran sosial dilakukan oleh sebuah perusahaan atau instansi, maka perusahaan atau instansi tersebut akan memperoleh manfaat berupa citra dan reputasi positif, serta akan dipandang sebagai perusahaan atau instansi yang peduli terhadap masyarakat sekitar (Suherman, 2018: 182).

Weakness (Kelemahan)

Hasil observasi menunjukkan adanya kelemahan pada konten informatif di Instagram Diskominfo Kota Bandung dalam mengangkat berbagai isu secara komprehensif. Untuk menanggulangi kelemahan tersebut disarankan membentuk tim khusus untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diangkat. Selain itu, konten yang monoton dan kurang menarik dapat diatasi dengan strategi yang melibatkan konten bersifat edutainment dan kolaborasi, seperti seminar dengan komunitas, membuat video dokumenter pendek, atau testimoni nyata. Keterlibatan masyarakat juga harus lebih ditingkatkan melalui komunikasi dua arah, dengan mengapresiasi prestasi dan kegiatan edukatif masyarakat. Menggunakan teori analisis risiko, Diskominfo Kota Bandung dapat mengidentifikasi akar masalah dan mengembangkan strategi tindak lanjut yang efektif, serta menghindari ancaman seperti penurunan jumlah followers akibat banyaknya konten hiburan, perdagangan, dan hoax. analisis risiko ini pun dapat digunakan untuk mencegah berbagai faktor yang menghalangi pencapaian tujuan yang diinginkan individu, organisasi, atau kelompok. (Lestasi, Krisna K., dan Komang K. Darmaputra, 2023)

Opportunities (Peluang)

Diskominfo Kota Bandung memiliki berbagai peluang yang dapat dimaksimalkan dengan berkolaborasi ke berbagai instansi, termasuk perguruan tinggi, OPD, media, komunitas, dan mitra untuk meningkatkan kualitas konten informatif. Program magang dan kunjungan ke perguruan tinggi menunjukkan kesadaran akan pentingnya berbagi pengetahuan dan keterampilan dengan pihak eksternal. Kolaborasi dengan OPD memungkinkan berbagi data akurat tentang fenomena di Kota Bandung, sementara kolaborasi dengan media memastikan informasi tersebar luas dan terjangkau. Untuk mengoptimalkan peluang ini, Diskominfo harus

proaktif dalam mencari dan mengeksekusi kerjasama dengan perguruan tinggi, komunitas, dan media. Program kolaboratif seperti penelitian bersama, pelatihan, dan sertifikasi dapat meningkatkan partisipasi dan transparansi, sesuai dengan teori kemitraan dan kerjasama yang menekankan hubungan strategis, sukarela, dan saling menguntungkan. Menurut Rachmat (2004: 40) kemitraan merupakan hubungan kerjasama ataupun usaha diberbagai pihak yang strategis, bersifat sukarela, dan berdasar prinsip saling membutuhkan, saling mendukung, dan saling menguntungkan.

Threats (Ancaman)

Diskominfo Kota Bandung menanggulangi berbagai ancaman dengan bersifat proaktif dan transparan. Salah satu ancaman utama adalah berita hoax, yang dapat menyebar dengan cepat dan mempengaruhi opini publik. Untuk menangani ini, Diskominfo menggunakan akun Instagram Bandung Saber Hoax untuk memantau dan merespons hoax secara cepat, sesuai dengan teori media monitoring yang melibatkan pemantauan berkelanjutan dan analisis konten. Selain hoax, sentimen negatif dan perubahan regulasi juga menjadi ancaman yang dapat mengabaikan konten informatif Diskominfo. Oleh karena itu, penting bagi Diskominfo untuk bersikap netral dan edukatif dalam menghadapi krisis, serta menerapkan literasi digital untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengenali informasi yang benar. Hal ini sejalan dengan teori literasi media dan literasi digital yang menekankan pemahaman dan penggunaan media secara kritis. Literasi media mengacu pada kemampuan masyarakat untuk memahami dan menggunakan media serta pesan-pesan dari media massa dalam konteks komunikasi massa dan istilah lain yang memiliki makna serupa adalah melek media (Tamburaka, 2013). Selain itu, perubahan regulasi pemerintah harus dikelola melalui manajemen isu, yang melibatkan pemantauan, analisis, dan kebijakan strategis untuk memastikan masyarakat memahami dan menerima perubahan regulasi dengan baik. Pendekatan ini bertujuan mengoptimalkan reputasi dan kontinuitas aktivitas instansi.

Tabel 1. Strategi Analisis SWOT

Strategi untuk memaksimalkan Kekuatan (Strength)	Strategi untuk menanggulangi Kelemahan (Weakness)	Strategi untuk memanfaatkan peluang (Opportunities)	Strategi untuk menghindari ancaman (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Membuat program kampanye pemasaran sosial (program unggulan, kebijakan baru, pendidikan, kesehatan, keamanan dan ketertiban lalulintas) <input type="checkbox"/> Memperkuat manajemen isu <input type="checkbox"/> Mengkons-truksi kesadaran dan meningkat-kan partisipasi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Membuat tim khusus untuk mengidentifi-kasi berbagai isu <input type="checkbox"/> Komunikasi dua arah dari pemerintah ke masyarakat dan begitupun sebaliknya <input type="checkbox"/> Apresiasi kepada masyarakat berprestasi <input type="checkbox"/> Penyuluhan dan edukasi dengan berbagai komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mengoptimalkan kolaborasi, kerjasama, dan kemitraan (perguruan tinggi, OPD, tenaga ahli, komunitas, dan media) <input type="checkbox"/> Bersifat proaktif untuk mengeksekusi peluang 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mengguna-kan literasi media berbasis digital <input type="checkbox"/> Kerjasama dengan komunitas dan mitra anti hoax dan literasi digital <input type="checkbox"/> Manajemen isu

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Strategi (S-O)</p> <p>Membuat program kampanye melalui optimalisasi kolaborasi dan kerjasama</p> <p>Memperkuat manajemen isu merujuk pada isu yang sedang <i>trend</i></p> <p>Bersifat proaktif untuk dapat meningkatkan partisi masyarakat pada program pemerintah</p>	<p style="text-align: center;">Strategi (W-O)</p> <p>Membuat tim penyusun strategi manajemen isu melalui kerjasama dengan tenaga ahli (<i>outsourcing</i>)</p> <p>Membangun sistem pengelolaan media yang bisa merespon <i>feedback</i> dari <i>followers</i> secara cepat dan efektif melalui kerjasama</p> <p>Memberikan apresiasi kepada masyarakat yang berprestasi melalui kerjasama dengan mitra yang relevan</p> <p>Menyajikan konten yang bersifat edutainment (memadukan antara muatan edukatif dan hiburan) melalui kemitraan</p>
<p style="text-align: center;">Strategi (S-T)</p> <p>Membuat program kampanye literasi digital</p> <p>Memperkuat manajemen isu melalui kerjasama dengan komunitas atau mitra anti hoax dan literasi digital</p> <p>Mengkonstruksi pemahaman atau keyakinan baru terkait kebijakan atau regulasi pemerintah melalui mitra (perguruan tinggi) untuk dapat menterjemahkan berbagai regulasi supaya dapat lebih dipahami oleh masyarakat untuk dilaksanakan</p>	<p style="text-align: center;">Strategi (W-T)</p> <p>Mengintensifkan penyuluhan media literasi secara kontinu</p> <p>Mengidentifikasi berbagai isu mengenai hoax dengan cepat dengan membuat tim ahli khusus</p> <p>Memaksimalkan penyuluhan dan edukasi dengan masyarakat untuk meminimalisir ketidakpahaman mengenai regulasi atau kebijakan pemerintah</p>

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah

Dari 4 kuadran matriks analisis SWOT diatas, dapat dilihat bahwa strategi S-O dapat sangat bermanfaat untuk mengoptimalkan pemanfaatan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) yang dimiliki Instagram Diskominfo Kota Bandung. Penelitian tentang strategi analisis swot ini pun pernah dilakukan oleh (Simanjuntak dan Sari: 2023) yang menyatakan bahwa ternyata peluang (*opportunities*) dapat dibandingkan dengan kelemahan (*weakness*) untuk mencari solusi agar peluang tidak terbuang sia-sia. Tidak hanya peluang yang perlu diperhatikan, tetapi juga ancaman (*threats*). Ancaman yang mungkin muncul harus dihadapi dengan kekuatan (*strength*) yang dimiliki agar tidak menjadi hambatan di masa depan, yang dikenal sebagai strategi S-T. Demikian pula, ketika ancaman dihadapkan pada kelemahan sendiri untuk mencari solusi, ini disebut strategi W-T. Strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T digunakan untuk mempertimbangkan atau membuat keputusan penting guna meningkatkan kualitas dan daya saing.

D. Kesimpulan

Sebagai salah satu lembaga instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi, Diskominfo Kota Bandung memiliki tupoksi salah satunya untuk menyebar luaskan informasi yang informatif serta mensosialisasikan berbagai program yang ada di Pemerintah Kota Bandung. Oleh karena itu Diskominfo Kota Bandung memiliki berbagai strategi untuk dapat meningkatkan penyampaian pesan informatif pada media sosial Instagram yang mereka miliki agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh konten informatif pada Instagram Diskominfo Kota Bandung dan apa saja strategi yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih banyak pada dosen pembimbing penulis, yaitu Ibu Ani Yuningsih, M.Si. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih banyak pada para penulis yang karyanya digunakan sebagai referensi dalam artikel ini.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, O. U. (2008). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [2] Fadilah, N., & Weriantoni. (2019). Analisis Potensi Agrowisata Nagara Batuhampar Kecamatan Akabiluru Kabupaten 50 Kota. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 4, Nomor 1.
- [3] Firdausya, M. A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai. Riau: respository.uin-suska.ac.id.
- [4] Tamburaka, A. (2013). Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- [5] I Gusti Agung Istri lestari, Krisna Kurnia, Komang Krisna Darmaputra. (2023). Identifikasi dan Penilaian Risiko Rencana Pembangunan Theme Park (Replika Walt Dinsey World di jembrana). Jurnal Ilmiah Kurva Teknik Vol. 12, No. 1, 30.
- [6] Rachmat, B. (2010). Multi finance handbook: leasing, factoring, consumer finance: Indonesian perspective. Jakarta: Pradnya Paramita.
- [7] Seputarbandungraya.com. (2017, Mei 25). Menkominfo: Pemda Harus Aktif Menggunakan Media Sosial. Retrieved from SEPUTARBANDUNGRAYA.COM: <https://www.seputarbandungraya.com/2017/05/menkominfo-pemda-harus-aktif.html>
- [8] Simanjuntak K. Sari R. P. (2023). Analisis Sistem E-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT. Jurnal Unitek Vol. 16 No. 1.
- [9] Suherman, A. (2018). Strategi Marketing Politik Calon Independen Dalam Kontestasi Pilkada Serentak Tahun 2017 Di Kabupaten Buton Selatan. Jurnal Ilmu Sosial, Vol. 16 No.1.