

Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Show Off Sosialisasi Program Kerja

Farhan Zulhamsyah *, Atie Rachmiate

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

farhanzulhamsyah17@email.com, rachmiate@email.com

Abstract. This study examines the management of Instagram as a social media platform for socializing work programs by the Purwakarta Regency Fisheries and Animal Husbandry Office. Using a qualitative approach and case study method, data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that the @diskannakpwk Instagram account is managed collaboratively across sectors based on specific agendas and occasions. Instagram was chosen because it is effective in conveying information visually and reaching a wide and rapid audience. The uniqueness of this study lies in its focus on local government agencies in the technical sector, which is rarely studied in the context of digital communication. A visual approach is used to build two-way communication and strengthen the agency's image. The concept of "showing off" becomes a strategy for openly displaying performance. This study also links the agency's digital communication practices to new media theory, which emphasizes interactivity, participation, and media convergence. The management team, who come from non-communications backgrounds, demonstrated creativity in conveying messages adaptively despite limitations. These findings demonstrate that social media plays a crucial role in building transparent and participatory public communication, when managed with appropriate visual strategies.

Keywords: *Social Media, Instagram, Socialization of Work Programs, Public Communication, New Media*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji pengelolaan media sosial Instagram sebagai sarana sosialisasi program kerja oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta. Dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @diskannakpwk dikelola secara kolaboratif lintas bidang berdasarkan agenda dan momen tertentu. Instagram dipilih karena efektif dalam menyampaikan informasi secara visual dan menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Keunikan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap instansi pemerintah daerah di sektor teknis yang jarang diteliti dalam konteks komunikasi digital. Pendekatan visual digunakan untuk membangun komunikasi dua arah dan memperkuat citra lembaga. Konsep "show off" menjadi strategi dalam menampilkan kinerja secara terbuka. Penelitian ini juga mengaitkan praktik komunikasi digital dinas dengan teori new media yang menekankan interaktivitas, partisipasi, dan konvergensi media. Tim pengelola yang berasal dari latar belakang non-komunikasi menunjukkan kreativitas dalam menyampaikan pesan secara adaptif meskipun di tengah keterbatasan. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun komunikasi publik yang transparan dan partisipatif, jika dikelola dengan strategi visual yang tepat.

Kata Kunci: *Media Sosial, Instagram, Sosialisasi Program Kerja, Komunikasi Publik, New Media*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menjadi kekuatan transformasional dalam dua dekade terakhir, mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara organisasi, baik publik maupun privat, membangun hubungan dan berkomunikasi dengan audiensnya. Dalam konteks kelembagaan pemerintahan, perubahan ini menciptakan tantangan sekaligus peluang baru dalam penyampaian informasi, transparansi, dan keterlibatan publik. Jika pada masa sebelumnya komunikasi pemerintah bersifat satu arah dan tertutup, kini komunikasi publik berkembang menjadi lebih terbuka, dua arah, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Transformasi ini tidak hanya menyentuh aspek teknis penyebaran informasi, melainkan juga menuntut perubahan budaya organisasi, strategi komunikasi, dan cara membangun kepercayaan melalui media digital (Fauzan Haris Anavidi & Wiki Angga Wiksana, 2024).

Perubahan ini juga menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi menuju media baru yang berbasis jaringan internet dan bersifat interaktif. Komunikasi publik yang dulunya bersifat top-down kini telah bergeser menjadi bottom-up dan dialogis, di mana masyarakat memiliki peluang untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merespons, berpartisipasi, bahkan ikut memproduksi dan menyebarkan informasi. Menurut (McQuail, 2020), media baru telah memungkinkan terbentuknya ruang komunikasi yang lebih demokratis, kolaboratif, dan cepat, yang tidak hanya diakses oleh elite atau aktor negara, melainkan juga masyarakat biasa sebagai bagian dari ekosistem digital. Sementara itu, (Siapera, 2020) menambahkan bahwa media sosial berperan sebagai arena komunikasi publik yang mendukung keterhubungan horizontal, memperkuat partisipasi warga, dan mempercepat proses penyebaran informasi antaraktor sosial (Rosy Apriandiniwati & Riza Herna, 2024).

Dalam kerangka ini, media sosial menjadi alat komunikasi strategis yang semakin tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan tata kelola pemerintahan. Pemerintah pusat maupun daerah mulai memanfaatkan berbagai platform seperti Facebook, Twitter, TikTok, hingga Instagram untuk menyampaikan kebijakan, melakukan edukasi publik, membangun citra kelembagaan, serta menjalin interaksi langsung dengan warga. Di antara platform tersebut, Instagram menempati posisi penting sebagai media visual yang memungkinkan penyampaian informasi dalam bentuk gambar, video, infografis, serta story interaktif yang mudah diakses, dipahami, dan dibagikan ulang oleh masyarakat. Karakteristik Instagram yang bersifat visual dan estetik menjadikannya media yang relevan untuk menyampaikan pesan secara menarik dan emosional, apalagi bagi pengguna generasi digital native yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual daripada teks naratif panjang.

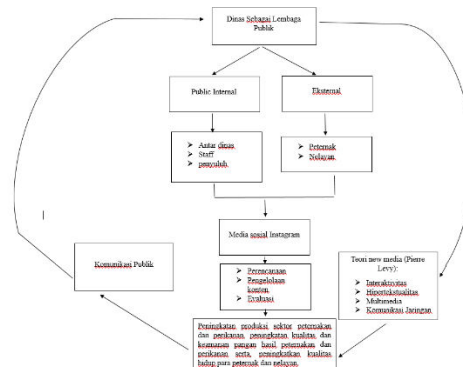
(Lievrouw & Livingstone, 2006) menyebut media sosial sebagai bagian dari infrastruktur komunikasi publik yang memungkinkan terjadinya eksposur strategis terhadap kegiatan organisasi secara langsung tanpa melalui perantara media konvensional. Dalam hal ini, akun Instagram menjadi panggung visual yang digunakan oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta untuk memperlihatkan bahwa mereka aktif, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan komunikasi masyarakat. Konten-konten yang ditampilkan mulai dari flayer layanan vaksin rabies, dokumentasi kegiatan penyuluhan, hingga informasi agenda kerja dinas menjadi wujud konkret dari praktik komunikasi digital yang berorientasi pada pelayanan publik.

Namun demikian, berdasarkan observasi awal dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan, efektivitas pengelolaan akun Instagram @diskannakpwk belum sepenuhnya maksimal. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain: belum adanya sistem perencanaan konten yang terjadwal secara konsisten, kualitas visual yang masih variatif dan belum optimal, rendahnya interaksi atau engagement dari audiens, serta keterbatasan dalam pemanfaatan fitur analitik Instagram sebagai dasar evaluasi dan perencanaan strategi. Selain itu, kendala utama lainnya terletak pada keterbatasan sumber daya manusia di mana tim pengelola akun tidak berasal dari latar belakang komunikasi atau desain visual yang berdampak pada inkonsistensi dalam kualitas dan efektivitas konten yang disampaikan.

Menariknya, meskipun dikelola oleh tim teknis tanpa keahlian formal di bidang media, akun ini tetap aktif dan menunjukkan semangat adaptasi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam komunikasi publik tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga kemauan untuk belajar dan berinovasi. Dengan kreativitas yang terus dikembangkan secara otodidak, tim pengelola berusaha untuk tetap menghadirkan konten yang edukatif dan menarik, sekaligus menjaga kredibilitas lembaga di mata publik digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengelolaan konten media sosial, khususnya Instagram, dilakukan oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta dalam menyosialisasikan program kerja kepada masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami alasan strategis pemilihan platform Instagram sebagai media utama, serta bagaimana prinsip-prinsip new media diterapkan dalam praktik komunikasi digital oleh lembaga publik daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi publik melalui media sosial, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh lembaga pemerintah daerah dalam membangun keterbukaan informasi dan partisipasi masyarakat secara digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis dalam ranah kajian komunikasi media baru, maupun secara praktis sebagai rujukan pengembangan strategi komunikasi digital di sektor pemerintahan daerah.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Penelitian

B. Metode

Paradigma, Metode, Pendekatan Penelitian

Pada penelitian yang sudah dibuat, penelitian ini memakai paradigma konstruktivis. Menurut (John W. Creswell, 2014), paradigma konstruktivis menekankan bahwa realitas bersifat relatif dan dikonstruksi melalui pengalaman serta nilai-nilai sosial dan budaya individu. Hal ini sejalan dengan pandangan (Guba & Lincoln, 1994) yang menyatakan bahwa paradigma konstruktivis menitikberatkan pada multiple realities atau berbagai bentuk kenyataan sosial yang dibentuk melalui interaksi antar individu. (Mrizal1,+54.+Artikel+Jurnal+Marosa+Harahap, n.d.).

Metode Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif. Menurut (Moleong, 2016), metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, dengan cara mendeskripsikan secara mendalam dan holistik mengenai realitas yang dibangun oleh subjek penelitian. Dalam hal ini, peneliti berusaha memahami bagaimana pengelola akun Instagram @diskanakpwk merancang, menyusun, dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. (John W. Creswell, 2014) juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dimiliki individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan diri pada pengamatan, wawancara mendalam, dan analisis konten sebagai cara untuk menggali bagaimana proses komunikasi publik melalui media sosial dijalankan oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Purwakarta.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus sebagai bagian dari metode penelitian kualitatif. Studi kasus dipilih karena sesuai untuk mengkaji secara mendalam fenomena sosial yang kompleks dalam konteks kehidupan nyata. Menurut (John W. Creswell, 2014), studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam sebuah sistem yang terikat (bounded system), baik berupa individu, program, kelompok, atau aktivitas, dalam waktu tertentu dan berdasarkan pengumpulan data yang luas dan mendalam. Penelitian studi kasus juga memungkinkan peneliti untuk memahami secara holistik dan kontekstual terhadap subjek yang diteliti melalui

berbagai sumber informasi, seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan data visual. (Salsabillah & Yuniarti, n.d.).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, kelompok, atau institusi yang menjadi sumber utama data dalam sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017), subjek penelitian adalah pihak yang dijadikan sebagai sumber data untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dipilih secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan siapa yang paling memahami masalah yang sedang dikaji.

Teknik Pengumpulan Data

Tujuan penelitian yaitu mendapat data deskriptif. Menurut (Sarwono, 2006), metode pengumpulan data kualitatif menyertakan pengumpulan data berbentuk gejala yang dikelompokkan ataupun berbentuk alternatif misalnya dokumen, foto, artefak, dan catatan lapangan selama proses penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mengolah data mentah yang telah dikumpulkan menjadi informasi yang bermakna. Proses ini melibatkan kegiatan mengorganisasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasi data untuk menemukan pola, tema, dan hubungan yang signifikan. Tujuan utama dari analisis data adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menarik kesimpulan yang valid dan dapat diandalkan. Menurut (Hardani, 2020), analisis data kualitatif melibatkan beberapa tahapan, yaitu: pengkodean data, pengelompokan data ke dalam kategori, penarikan kesimpulan, dan pembuatan laporan. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa hasil analisis dapat dipahami oleh peneliti maupun pembaca.

Uji Keabsahan Data

Berdasarkan (Zuldafrial, 2012) “keabsahan data adalah padanan dari konsep keandalan (realibilitas) dan kesahihan (validitas) berdasarkan versi penelitian kuantitatif dan disejalkan dengan aturan kriteria, pengetahuan, dan paradigma sendiri”. Keabsahan data adalah kebenaran hasil atau derajat kepercayaan suatu penelitian.

Gambaran Umum

Penelitian ini berfokus pada pengelolaan akun Instagram @diskannakpwk milik Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta sebagai sarana untuk menyosialisasikan program kerja sekaligus menjadi bentuk "*show off*" atau unjuk kerja kepada publik. Show off dalam konteks ini tidak bermakna negatif, melainkan sebagai strategi komunikasi visual untuk membangun citra positif, meningkatkan engagement masyarakat, dan memperkuat legitimasi publik terhadap kinerja dinas. (Laili et al., 2020).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengelolaan akun Instagram @diskannakpwk dilaksanakan secara kolektif oleh perwakilan dari setiap bidang kerja yang ada di lingkungan Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta. Setiap bidang memiliki tanggung jawab dalam mendokumentasikan kegiatan dan mengirimkan bahan konten kepada tim pengelola media sosial untuk diolah dan dipublikasikan. Pola kerja ini mencerminkan model komunikasi organisasi lintas fungsi, di mana proses produksi dan penyebaran informasi dilakukan melalui koordinasi horizontal antarunit kerja.

Jenis konten yang diproduksi beragam, mulai dari dokumentasi kegiatan seperti kunjungan lapangan, pelatihan, dan BIMTEK, hingga informasi pelayanan publik seperti jadwal vaksinasi, layanan konsultasi peternakan, dan program penyuluhan. Selain itu, akun ini juga aktif mengunggah ucapan peringatan hari besar nasional, konten edukatif, hingga informasi teknis lainnya yang relevan dengan bidang perikanan dan peternakan.

Namun demikian, belum terdapat sistem perencanaan atau penjadwalan unggahan yang terstruktur secara berkala. Unggahan konten cenderung bergantung pada momentum dan kesiapan informasi dari bidang terkait. Hal ini berdampak pada ketidakkonsistenan komunikasi yang ditampilkan di media sosial, baik dari segi frekuensi unggahan maupun gaya visual konten. Padahal dalam komunikasi digital, konsistensi merupakan faktor penting dalam membangun persepsi publik dan meningkatkan engagement audiens.

Instagram dipilih sebagai platform utama untuk menyosialisasikan program kerja karena memiliki karakteristik visual yang kuat dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Pengelola akun

menilai bahwa Instagram lebih mampu menampilkan konten dalam bentuk gambar, video singkat, dan infografis yang komunikatif, sehingga memudahkan publik untuk memahami pesan yang disampaikan. Dibandingkan dengan media sosial lain, Instagram dinilai lebih tepat sasaran karena sesuai dengan kebiasaan digital generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna internet saat ini.

Platform ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur interaktif seperti Story, Reels, Live, hingga kolom komentar dan pesan langsung (DM), yang memungkinkan komunikasi dua arah secara real-time. Dengan fitur tersebut, pengelola dapat merespons pertanyaan masyarakat secara langsung, menyesuaikan konten dengan tren terkini, serta menginformasikan agenda kegiatan yang bersifat mendesak secara cepat.

Fleksibilitas Instagram dalam pengemasan konten dan interaktivitasnya menjadikannya media yang strategis untuk menunjukkan kinerja dinas, menyampaikan informasi kebijakan, dan mengedukasi masyarakat seputar isu-isu peternakan dan perikanan. Pemilihan Instagram ini juga menjadi bentuk adaptasi dinas terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital yang semakin maju.

Di balik efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi publik, terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi dalam praktik pengelolaannya. Tantangan tersebut terbagi menjadi aspek teknis dan non-teknis. Dari sisi teknis, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang desain grafis, komunikasi visual, dan strategi media sosial menjadi hambatan utama. Sebagian besar tim pengelola merupakan pegawai teknis dengan latar belakang pendidikan non-komunikasi, sehingga proses pembuatan konten visual masih mengandalkan kemampuan dasar dan improvisasi.

Dampaknya adalah konten yang dihasilkan belum maksimal dalam hal kualitas visual, storytelling digital, dan pemanfaatan fitur Instagram secara optimal. Selain itu, belum adanya tim khusus yang menangani manajemen media sosial menyebabkan alur kerja pengelolaan masih bercampur dengan tugas utama pegawai, sehingga beban kerja menjadi tidak terdistribusi dengan baik.

Dari sisi non-teknis, tantangan lain muncul dari minimnya analisis terhadap insight Instagram. Belum ada evaluasi rutin terhadap performa konten yang diunggah, seperti tingkat jangkauan, impresi, likes, komentar, dan tingkat penyimpanan (saves). Hal ini menyebabkan pengelola belum bisa mengukur konten seperti apa yang paling diminati audiens, dan kapan waktu terbaik untuk mengunggahnya. Selain itu, tema konten yang diangkat, seperti peternakan dan perikanan, dianggap kurang populer di kalangan pengguna media sosial, sehingga memerlukan kreativitas lebih dalam mengemas pesan agar tetap menarik dan relevan.

Dalam kajian teori media baru (new media), (Lievrouw & Livingstone, 2006) menjelaskan bahwa media digital memiliki karakteristik utama seperti interaktivitas, partisipasi pengguna, fleksibilitas konten, serta distribusi yang desentralistik. Karakteristik ini menjadikan media sosial, termasuk Instagram, bukan hanya sebagai saluran informasi satu arah, tetapi sebagai ruang dialogis yang memungkinkan audiens terlibat langsung dalam proses komunikasi.

Konteks ini tampak jelas dalam pemanfaatan akun Instagram @diskannakpwk. Akun tersebut tidak hanya digunakan untuk menyebarluaskan informasi seputar program kerja dinas, tetapi juga membuka ruang interaksi antara institusi dan masyarakat. Melalui fitur komentar, DM, dan polling di Story, masyarakat dapat memberikan tanggapan, bertanya, bahkan mengkritik atau menyarankan program yang dijalankan. Hal ini menggeser paradigma komunikasi pemerintahan dari model top-down menjadi model partisipatif.

Lebih jauh, penerapan prinsip new media ini turut membentuk pola komunikasi publik yang lebih demokratis dan transparan. Instagram menjadi media representatif bagi dinas untuk menunjukkan keterbukaan dalam melaporkan kinerja, serta sebagai bentuk akuntabilitas publik di era digital. Dengan demikian, penggunaan media sosial ini tidak hanya mendukung efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga memperkuat legitimasi institusi di mata masyarakat.

Analisis dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti membahas dan menganalisis hasil penelitian secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi langsung terhadap akun Instagram @diskannakpwk, serta dokumentasi kegiatan digital yang dilakukan oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi komunikasi digital dijalankan melalui media sosial, serta sejauh mana efektivitas dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan konten.

Pengelolaan akun Instagram @diskannakpww dilakukan secara kolaboratif oleh tim internal dinas, dengan melibatkan berbagai bidang yang ada. Setiap bidang memiliki peran dalam memberikan informasi atau dokumentasi kegiatan yang selanjutnya dikemas menjadi konten untuk diunggah. Penyusunan konten cenderung mengikuti agenda kegiatan dinas yang sedang berjalan serta momen penting seperti hari besar nasional. Akan tetapi, proses unggahan masih dilakukan secara insidental, tanpa perencanaan waktu yang konsisten, dan belum berdasarkan data analitik yang menunjukkan waktu terbaik untuk menjangkau audiens secara maksimal. Hal ini mengakibatkan pesan-pesan yang disampaikan belum tentu diterima oleh masyarakat secara optimal. Jika dilihat melalui pendekatan new media sebagaimana dijelaskan oleh (Lievrouw & Livingstone, 2006), media sosial modern, termasuk Instagram, memiliki karakteristik utama yaitu interaktivitas, partisipasi, dan konvergensi media. Karakteristik ini menjadikan media sosial berbeda dari media konvensional, karena memungkinkan pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga memberikan respon balik secara langsung. Dalam konteks @diskannakpww, fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, polling, serta story interaktif sesungguhnya membuka peluang untuk menciptakan komunikasi dua arah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat interaksi dari masyarakat masih cukup rendah. Konten yang diunggah belum cukup memicu partisipasi aktif dari audiens, baik dalam bentuk komentar, likes, maupun berbagi ulang konten. Rendahnya interaksi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas konten yang belum maksimal, pendekatan naratif yang kurang engaging, serta kurangnya promosi terhadap konten yang diunggah.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi dalam pengelolaan akun adalah keterbatasan sumber daya manusia. Mayoritas anggota tim pengelola berasal dari bidang teknis dan tidak memiliki latar belakang di bidang komunikasi atau desain. Hal ini berdampak pada terbatasnya kemampuan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan pesan yang efektif secara komunikatif. Meskipun demikian, terdapat upaya untuk belajar secara mandiri (otodidak) dan beradaptasi dengan kebutuhan komunikasi digital. Beberapa konten sudah mulai menampilkan elemen storytelling, penggunaan infografis, dan pendekatan humanis untuk menarik perhatian masyarakat. Namun, konsistensi dalam kualitas dan estetika konten masih menjadi tantangan tersendiri. Pemilihan Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan informasi didasarkan pada alasan pragmatis dan strategis. Instagram merupakan platform yang populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi target utama dari pesan-pesan edukatif dan informatif yang disampaikan dinas. Sifat visual dari Instagram memudahkan penyampaian informasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami. Di samping itu, dinas juga mulai mencoba melakukan integrasi lintas media dengan menghubungkan Instagram dengan platform lain seperti YouTube dan situs web resmi dinas. Gagasan ini bertujuan untuk menciptakan alur informasi yang utuh, di mana cuplikan atau pengantar konten disampaikan di Instagram, lalu diarahkan ke video lengkap di YouTube dan narasi resmi di website. Namun sayangnya, rencana integrasi lintas platform tersebut belum terlaksana secara penuh dan masih dalam tahap pengembangan.

Pengelolaan Konten Pada Akun Instagram @diskannakpww oleh dinas perikanan dan peternakan Purwakarta dalam mensosialisasikan program kerja

Menurut (Setyawati et al., 2019), komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi yang terjadi secara sistematis dan terstruktur di dalam suatu organisasi dengan tujuan untuk membangun koordinasi, efektivitas kerja, serta pencapaian tujuan bersama. Komunikasi ini dapat terjadi secara vertikal, horizontal, maupun lintas fungsi, bergantung pada dinamika internal organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten pada akun Instagram @diskannakpww dilakukan secara kolaboratif antar bidang yang ada di Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta. Praktik ini mencerminkan konsep komunikasi lintas fungsi dalam organisasi, di mana masing-masing bidang memberikan kontribusi data dan dokumentasi kegiatan, yang selanjutnya dikelola menjadi konten digital oleh tim pengelola media sosial. Hal ini memperkuat gagasan (Supit, n.d.) yang menyebutkan bahwa komunikasi organisasi modern melibatkan kolaborasi antar-unit sebagai bentuk efisiensi dan integrasi antarbagian untuk menciptakan arus informasi yang lebih menyeluruh.

Dinas perikanan dan peternakan kabupaten Purwakarta menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana guna mensosialisasikan program kerja yang dimiliki

Menurut (Lievrouw & Livingstone, 2006), new media merupakan bentuk media digital yang berbasis teknologi internet dan komputer, yang memungkinkan terjadinya interaktivitas, konektivitas, serta partisipasi aktif dari pengguna dalam proses produksi maupun distribusi informasi. Karakter utama dari media baru ini adalah kemampuannya untuk mengintegrasikan berbagai format komunikasi seperti teks, audio, video, dan gambar dalam satu platform yang fleksibel dan mudah diakses.

Lebih lanjut, menurut (Jenkins, 2006) dalam teorinya tentang convergence culture, media sosial merupakan bagian dari integrasi media tradisional dan digital yang saling melengkapi. Dalam konteks ini, strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas dengan menggabungkan Instagram, YouTube, dan website—merupakan bentuk konvergensi media yang bertujuan memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kualitas penyampaian program kerja kepada public.

Secara keseluruhan, akun Instagram @diskannakpwk sudah menunjukkan upaya sebagai media komunikasi publik yang berfungsi untuk mendekatkan pemerintah daerah dengan masyarakat. Akun ini tidak hanya menjadi sarana publikasi program kerja, tetapi juga membentuk citra lembaga yang transparan dan terbuka terhadap interaksi publik. Untuk mencapai tingkat efektivitas yang lebih tinggi, perlu adanya peningkatan kompetensi tim pengelola dalam bidang komunikasi visual dan manajemen konten digital. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap insight akun untuk mengetahui jenis konten yang paling diminati, waktu unggah terbaik, serta pola keterlibatan audiens. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip dalam teori media baru, pengelolaan akun @diskannakpwk dapat ditingkatkan melalui penerapan strategi komunikasi berbasis data, pengembangan konten yang partisipatif, serta peningkatan kualitas desain dan narasi. Dinas juga dapat menjajaki kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti komunitas digital, akademisi, atau mahasiswa magang dari bidang komunikasi, untuk membantu meningkatkan daya saing konten di era informasi yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan yang adaptif dan berbasis strategi, akun Instagram dinas ini berpotensi menjadi instrumen komunikasi publik yang kuat dalam menyampaikan program kerja secara transparan, membangun citra positif, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah daerah.

D. Kesimpulan

Pengelolaan akun Instagram @diskannakpwk oleh Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Purwakarta menunjukkan upaya nyata dalam membangun komunikasi publik berbasis media sosial. Melalui konten visual yang informatif dan strategi komunikasi partisipatif, Instagram mampu menjadi jembatan antara lembaga dan masyarakat dalam menyampaikan program kerja. Namun, efektivitas pengelolaan masih perlu ditingkatkan melalui pembentukan tim khusus, pelatihan SDM di bidang desain dan komunikasi digital, serta penyusunan jadwal unggah yang terstruktur. Platform Instagram telah membuktikan perannya sebagai alat komunikasi publik berbasis teori new media, yang mendorong interaktivitas dan keterlibatan masyarakat secara lebih luas. Untuk menjawab tantangan ke depan, dibutuhkan pengembangan strategi komunikasi digital yang terintegrasi antarplatform, seperti kombinasi Instagram, YouTube, dan website dinas, sehingga informasi dapat tersampaikan secara utuh dan menyeluruh kepada publik.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dengan segala nikmat dan rahmat-Nya dalam penulisan artikel ilmiah ini. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah terlibat dalam penulisan artikel ilmiah ini, terutama keluarga saya yang selalu memberi dukungan serta masukan yang sangat bermanfaat. Saya juga ingin memberikan rasa terima kasih saya kepada dosen pembimbing saya yang selalu membimbing dengan sabar dan membantu dalam menyelesaikan artikel ilmiah ini. Tak lupa saya juga memberikan rasa terimakasih saya kepada sahabat dan teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan masukan yang baik sehingga penulis merasa bersemangat dalam menulis artikel ilmiah ini (Rosy Apriandiniwati & Riza Herna, 2024)

Daftar Pustaka

- Fauzan Haris Anavidi, & Wiki Angga Wiksana. (2024). Hubungan Media Sosial Instagram @Urban1063fm dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Rosy Apriandiniwati, & Riza Herna. (2024). Hubungan Terpaan Media Sosial Intagram dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1), 1–8.
<https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i1.3862>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In *Handbook of qualitative research*. (pp. 105–117). Sage Publications, Inc.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
- Laili, N., Rohmana, P., Zuhriya, R., Pratiwi, B., & Korespondensi, A. (2020). MEDIA RELATIONS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) KABUPATEN KARANGANYAR DALAM SOSIALISASI PROGRAM PEMERINTAH. In *Academic Journal of Da'wa and Communication* (Vol. 01, Issue 01).
- Lievrouw, L., & Livingstone, S. (2006). *The Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*.
- McQuail, D. (2020). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- mrizall,+54.+Artikel+Jurnal+Marosa+Harahap. (n.d.).
- Salsabillah, I., & Yuniarti, T. (n.d.). PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOBEKASI SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG BEKASI.
<https://doi.org/10.37817/jurnaledukasidanmultimedia.v1i2>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu.
- Setyawati, N. K. D., Prijowidodo, G., & Inggrit, I. (2019). POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PDI PERJUANGAN DALAM PROSES KADERISASI DI DPC KABUPATEN SIDOARJO. *Scriptura*, 8(1), 30–40.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.8.1.30-40>
- Siapera, E. (2020). *Understanding New Media*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Supit, B. F. (n.d.). *KONSEP DASAR KOMUNIKASI ORGANISASI*.
- Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Yuma Pustaka.