

## Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka

**Kistia Rindika\*, rini rinawati**

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

\*kistiarindika20@gmail.com, nierini1984@gmail.com

**Abstract.** The activities carried out by the Majalengka Tourism and Culture Office @disparbudmajalengka and followers tend to be more from the Instagram accounts @disparbudpnd (Pangandaran Tourism and Culture Office), @disparbudbekasi (Bekasi Tourism and Culture Office), and there are 40 more tourism office accounts and other cultures, of course, cannot be avoided from the Instagram social media content management strategy. Because in practice it is certainly not arbitrary for government social media accounts to manage their content and it is not easy to maintain their existence. Because it turns out that it is not easy to do this if you look at the existing data regarding the number of tourism and culture service accounts in other regions that are not yet like the Majalengka Tourism and Culture Office. The object of this research is the Instagram Department of Tourism and Culture Majalengka @disparbudmajalengka. This study aims to determine the planning of content management by the Department of Tourism and Culture Majalengka on Instagram @disparbudmajalengka. This study uses a qualitative method with a case study approach. Planning in content management carried out by the Majalengka Tourism and Culture Office is through several stages ranging from planning, implementation, data analysis, content drafts, content discussions, decisions, and uploads. The implementation in content management carried out by the Majalengka Tourism and Culture Office is scheduled and themed. The goal in content management carried out by the Majalengka Tourism and Culture Office is to get a broad market segmentation.

**Keywords:** *Strategy, Management, Content, Instagram*

**Abstrak.** Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka @disparbudmajalengka dan followers yang cenderung lebih banyak dari akun instagram @disparbudpnd (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pangandaran), @disparbudbekasi (Dinas Pariwisata dan kebudayaan bekasi), dan ada 40 lebih akun dinas pariwisata dan kebudayaan lainnya, tentu tidak bisa terhindar dari strategi pengelolaan konten media sosial instagram. Karena dalam prakteknya tentu tidak sembarangan bagi akun media sosial pemerintahan dalam melakukan pengelolaan kontennya dan tidak mudah untuk mempertahankan eksistensinya. Karena ternyata tidak mudah untuk melakukan hal tersebut jika melihat data yang ada mengenai banyaknya akun dinas pariwisata dan kebudayaan wilayah lain yang belum seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka. Objek penelitian ini adalah instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka @disparbudmajalengka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan dalam pengelolaan konten oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada Instagram @disparbudmajalengka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Perencanaan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu melalui beberapa tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, analisis data, draft konten, diskusi konten, keputusan, dan unggah. Pelaksanaan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu dengan terjadwalkan dan bertema. Tujuan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu ingin mendapatkan segmentasi pasar yang luas.

**Kata Kunci:** *Strategi, Pengelolaan, Konten, Instagram.*

## A. Pendahuluan

Menurut Andaru dan Rinawati (dalam prosiding manajemen komunikasi, Vol 6, No 2, 2020: 613-616 ) Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang digunakan sebagai media untuk berjualan karena bisa dilihat segmentasi di instagram sendiri lebih banyak anak muda dan orang tua sosialita, di banding penggunaan facebook maupun twitter.

Menurut Atmoko, instagram adalah sebuah layanan sosial yang berbasis fotografi. Yang diresmikan pada 6 Oktober 2010 oleh Mike Krieger & Kevin Systrom. Instagram mampu mendapatkan 25 ribu pengguna/user pada hari pertamanya. (Atmoko, 2012:3) Atmoko menambahkan bahwa instagram merupakan singkatan dari instan-telegram. Dalam web site resmi instagram, instagram merupakan cara seru dan unik dalam membagikan kehidupan bersama teman-teman dengan rangkaian gambar. Bidik foto-foto menggunakan ponsel atau tablet anda dilanjutkan dengan memilih filter untuk mengubah gambar (Atmoko, 2012: 8).

Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka memiliki akun bernama @disparbudmajalengka. Dalam pemanfaatan media sosial instagramnya itu sendiri, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, berkolaborasi, bertukar informasi, juga membagikan informasi kepada masyarakat dan melakukan promosi

Orang-orang menyadari manfaat dari media sosial itu sendiri. Saat ini banyak pihak yang memanfaatkan secara baik media sosial, salah satunya dimanfaatkan oleh instansi pemerintahan, media sosial biasanya dimanfaatkan untuk media komunikasi, informasi, kolaborasi, promosi dan lain-lain. Media sosial itu sendiri banyak jenisnya diantaranya whatsapp, facebook, twitter, dan Instagram

Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka memiliki akun bernama @disparbudmajalengka. Dalam pemanfaatan media sosial instagramnya itu sendiri, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, berkolaborasi, bertukar informasi, juga membagikan informasi kepada masyarakat dan melakukan promosi.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti berkomunikasi, berkolaborasi, bertukar informasi, juga membagikan informasi kepada masyarakat dan melakukan promosi dan jumlah followers yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada akunnya @disparbudmajalengka tentu tidak bisa terhindar dari strategi pengelolaan konten media sosial instagram. Karena dalam prakteknya tentu tidak sembarangan bagi akun media sosial pemerintahan dalam melakukan pengelolaan kontennya dan tidak mudah untuk mempertahankan eksistensinya. Karena ternyata tidak mudah untuk melakukan hal tersebut jika melihat data yang ada mengenai banyaknya akun dinas pariwisata dan kebudayaan wilayah lain yang belum seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka.

Selain itu, penelitian ini penting untuk dilakukan karena media sosial instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan suatu media untuk membagikan informasi seputar pariwisata dan kebudayaan, akan sangat disayangkan jika tidak dikelola dengan baik. Apabila dikelola dengan baik akan menghasilkan manfaat yang baik, terlebih lagi pengguna media sosial instagram saat ini sangat tinggi.

Objek penelitian ini adalah instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka @disparbudmajalengka. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya yaitu: 1) Untuk mengetahui perencanaan dalam pengelolaan konten oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada Instagram @disparbudmajalengka. 2) Untuk mengetahui pelaksanaan dalam pengelolaan konten oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada Instagram @disparbudmajalengka. 3) Untuk mengetahui tujuan dalam pengelolaan konten oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada Instagram @disparbudmajalengka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Perencanaan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu melalui beberapa tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, analisis data, draft konten,

diskusi konten, keputusan, dan unggah. Pelaksanaan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu dengan terjadwalkan dan bertema. Tujuan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu ingin mendapatkan segmentasi pasar yang luas.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Perencanaan dalam pengelolaan konten oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka pada Instagram @disparbudmajalengka

Dari hasil temuan yang diperoleh, perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka terbagi menjadi dua. Perencanaan yang dilakukan oleh dinas ini untuk membuat konten sendiri sampai konten itu diunggah. Dan ada juga perencanaan yang dilakukan untuk membuat konten dari hasil foto atau vidio yang berasal dari followers sampai konten itu diunggah.

Untuk perencanaan yang dilakukan oleh dinas ini untuk membuat konten sendiri sampai konten itu diunggah, melalui tahap sebagai berikut:

1. Perencanaan: Pemilihan anggota tim yang akan turun ke lapangan, menentukan tema, menentukan waktu kunjungan ke kelapangan untuk mencari bahan konten
2. Pelaksanaan: mencari konten dengan terjun kelapangan secara langsung untuk mengambil foto, vidio dan informasi terkait konten yang akan dibuat.
3. Analisis data: dari hasil foto, vidio dan informasi yang telah diperoleh barulah dipilih kembali mana saja foto, vidio yang bagus dan informasi yang akan dimasukkan kedalam konten.
4. Draft konten: dari foto, vidio dan informasi yang telah dipilih dilanjutkan dengan membuat rancangan konten, dengan mencocokkan foto dan vidio yang bagus dan juga informasi-informasi yang akan menjadi pelengkap dalam konten tersebut.
5. Diskusi konten: rancangan konten tersebut kemudian dikirim ke grup *whatsapps* untuk meminta persetujuan dari atasan terkait konten tersebut boleh atau tidaknya diunggah.
6. Keputusan: Keputusan diunggah atau tidaknya sebuah konten tersebut merupakan wewenang dari kepala bagian, jika disetujui maka barulah konten boleh diunggah.
7. Unggahan: Jika konten disetujui maka barulah konten boleh diunggah.

Sedangkan perencanaan yang dilakukan untuk membuat konten dari hasil foto atau vidio yang berasal dari followers sampai konten itu diunggah melalui tahap, sebagai berikut:

1. Inisiatif dari tim pengelola untuk mengambil foto maupun vidio dari followers
2. Pemilihan tema yang sesuai dengan konten yang diunggah
3. Dari tema yang sudah ada, barulah dipilih gambar atau vidio dari followers
4. Pembuatan caption sendiri, tidak diambil dari caption followers tersebut, melainkan dibuat sendiri oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka.
5. Membuat draft konten dari hasil foto atau vidio followers dan caption yang dibuat oleh tim pengelola instagram
6. Meminta persetujuan melalui grup whatsapp untuk draft konten tersebut
7. Keputusan dari kepala bidang disetujui atau tidaknya konten tersebut
8. Konten diunggah jika sudah mendapat persetujuan dari kepala bidang

Selain itu untuk kegiatan mendadak yang harus dijadikan kontenpun harus melalui proses pembuatan draft konten, meminta persetujuan, menunggu keputusan, barulah konten diunggah.

Strategi menurut Anwar Arifin yang menyebutkan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai sebuah tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan (Arifin 1984). Dalam proses perencanaan ini beberapa keputusan kondisional diambil untuk mencapainya sebuah tujuan. Seperti halnya dalam kondisi mendadak, dinas pariwisata dan kebudayaan Majalengka mengambil keputusan untuk langsung meliputi sebuah kegiatan yang lalu akan langsung diunggah.

Perencanaan yang dilakukan juga merupakan sebuah tahapan perumusan strategi menurut Fred R. David yaitu tahap perumusan serta penkonsep yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka mengenai bagaimana konsep yang akan diunggah

untuk sebuah kontennya.

Dengan perencanaan yang dilakukan secara bertahap atau melalui berbagai tahapan yang dilalui hingga diunggahlah sebuah konten tersebut peneliti menilai bahwa hal tersebut sejalan dengan strategi komunikasi yang merupakan cara untuk mengatur sebuah pelaksanaan proses komunikasi dengan awalan perencanaan, yang akan dilanjutkan kepada proses pelaksanaan serta evaluasi.

Perencanaan ini juga termasuk dalam proses pengelolaan. Karena menurut Menurut G.R Terry pengelolaan merupakan suatu proses yang terdiri dari berbagai macam tindakan perencanaan, pergerakan, pengorganisasian, dan pengendalian yang untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan dengan memanfaatkan tenaga yang ada SDM dan sumberdaya lainnya (Hartono 2016:26). Pengertian tersebut sejalan dengan dengan temuan penelitian yang dalam perencanaan tersebut terdapat tindakan-tindakan sesuai dengan penjelasan tersebut.

Perencanaan disini merupakan proses awal dari pengelolaan menurut G. R. Terry. Peneliti menilai bahwa perencanaan yang dilakukan oleh @disparbudmajalengka sudah termasuk kedalam pengelolaan yang baik pada unsur perencanaan (*planning*) karena disparbud menghubungkan fakta-fakta untuk merancang hal yang akan untuk mencapai hasil yang dituju. Seperti menurut George R. Terry tentang pengelolaan yang baik.

#### **D. Kesimpulan**

Perencanaan dalam pengelolaan konten yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka yaitu dengan merencanakan rencana-rencana dengan bertahap atau ada tahapan-tahapan yang dilakukan dalam sebuah perencanaan.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Andaru, Putri Radhitya dan Rini Rinawati. 2020. "Hubungan antara promosi penjualan di instagram dengan minat beli followers" dalam Prosiding Manajemen Komunikasi. Volume 6, Nomor 2, Tahun 2020
- [2] Arifin, Anwar. 1984. Strategi Komunikasi Pengantar Ringkas. Bandung: ARMICO
- [3] David, Fred, R. 2022. Strategic Management a competitive advantage approach concepts and cases. Pearson education Limite
- [4] Fardiah, Dedeh. Rini Rinawati dan Mochamad Subur Drajat. 2017. "Strategi Komunikasi berbasis masyarakat dalam mengembangkan "desa pintar" di kabupaten Bandung" dalam Prosiding SNaPP2017 Sosial, Ekonomi dan Humaniora. Volume 7, Nomor 2, Tahun 2017
- [5] George R. Terry. 2013. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: PT Bumi Aksara
- [6] Hartono, 2016. Manajemen Perpustakaan Sekolah. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- [7] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita