

## Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Feeds Pemerintah Kota Cirebon

**Dhewo Djakti Abriantoro\*, Wiki Angga Wiksana**

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

\*adhewo@gmail.com, wiki.angga@unisba.ac.id

**Abstract.** The Regional Government of Cirebon City, as one of the cities in West Java, has made Cirebon a "smart city", so in line with this, the use and use of social media is important in communicating and disseminating information to the public as well as feedback from the community to local government. Instagram @pemdakotacrb every time he spreads information, he always creates creative content and with communication that makes people interested in seeing this information. The purpose of this research is to find out how the social media utilization strategy of the Cirebon city government is Instagram feeds. With qualitative research methods using a case study approach. Data collection techniques used are interviews, observation, and literature studies, the internet, and documentation. The results of the study show (1) The content management process carried out by the Regional Government of Cirebon City through the Instagram account @pemdakotacrb has several stages, including preparing content and posting content. (2) The reason the Cirebon City Government uses Instagram is because Instagram social media is flexible, interactive and has many features that can be utilized to make it easier to interact with its followers (3) Posting Instagram feeds that have visual themes and colors according to the color of the logo they have, the color – the color has no special meaning in posting Instagram feeds, but the color is used based on the existing logo, so that their identity can be seen by comparing the color of the logo of the Cirebon City Government itself, but in this logo the choice of colors in the logo definitely has its own meaning.

**Keywords:** *Social Media, Instagram, Feeds*

**Abstrak.** Pemerintah Daerah Kota Cirebon sebagai salah satu kota di Jawa Barat yang menjadikan Cirebon "smart city" maka sejalan dengan hal tersebut penggunaan dan pemanfaatan media sosial menjadi hal penting dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi bagi masyarakat begitu juga umpan balik dari masyarakat terhadap pemerintah daerah. Instagram @pemdakotacrb setiap menyebarkan informasi selalu membuat konten yang kreatif dan dengan komunikasi yang membuat masyarakat tertarik melihat informasi tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemanfaatan media sosial instagram feeds pemerintah kota cirebon. Dengan metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi kepustakaan, internet, dan dokumentasi.. Hasil penelitian menunjukkan (1) Proses pengelolaan konten yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Cirebon melalui akun Instagram @pemdakotacrb memiliki beberapa tahapan, di antaranya yaitu mempersiapkan konten dan memposting konten. (2) Alasan Pemerintah Daerah Kota Cirebon menggunakan Instagram yaitu karena media sosial instagram fleksible, interaktif dan banyak fitur yang bisa dimanfaatkan yang memudahkan berinteraksi dengan followersnya (3) Postingan feeds Instagram yang mempunyai tema visual dan warna sesuai dengan warna logo yang mereka miliki, warna – warna itu tidak ada makna khusus dalam postingan feeds Instagram namun warna tersebut digunakan berdasarkan logo yang ada, agar identitas mereka terlihat dengan membranding warna logo dari Pemda Kota Cirebon itu sendiri, namun dalam logo tersebut pemilihan warna dalam logo pasti memiliki makna tersendiri.

**Kata Kunci :** *Media Sosial, Instagram, Feeds*

## A. Pendahuluan

Pemerintah Daerah Kota Cirebon memanfaatkan koneksi pengguna media sosial untuk berinteraksi dengan warga Kota Cirebon dan masyarakat luas pada umumnya, dan juga sebagai alat komunikasi dua arah. Berdasarkan keterkaitan tersebut, Pemerintah Daerah Kota Cirebon mempublikasikan segala kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan dan menginformasikan kepada warga Kota Cirebon.

Pemerintah Daerah Kota Cirebon sebagai salah satu kota di Jawa Barat yang menjadikan Cirebon “smart city” maka sejalan dengan hal tersebut penggunaan dan pemanfaatan media sosial menjadi hal penting dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi bagi masyarakat begitu juga umpan balik dari masyarakat terhadap pemerintah daerah. Pemerintah Daerah Kota Cirebon memiliki akun resmi beberapa media social, seperti Facebook dengan nama pengguna Humas Pemkot Cirebon, Instagram dengan nama pengguna @pemdakotacrb, dan Twitter dengan nama pengguna @PemdaKotaCrb. Semoga dengan dibukanya akun-akun media sosial tersebut dapat menjembatani penyebaran informasi baik pihak Pemerintah Daerah Kota Cirebon kepada masyarakat luas maupun sebaliknya.

Pemanfaatan media sosial tersebut di atas dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah Kota Cirebon untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap publik, sehingga nantinya akan menciptakan kesan yang baik atau citra media positif dan memunculkan ketertarikan publik itu sendiri terhadap informasi yang telah dibuat atau disampaikannya, ada perencanaan terlebih dahulu, seperti pada gambar diatas pada medial sosial Instagram *feeds* Pemda Kota Cirebon setiap postingannya diberi *template* yang khas, agar menghindari pembajakan dan semua isi kontennya dibuat menarik, agar lebih meningkatkan minat masyarakat untuk membaca dan melihat apa yang disampaikan, dan yang kedua ketika konten yang dibuat itu menarik dan teratur secara baik, maka itu menjadi nilai citra yang positif kepada Humas Kota Cirebon, pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi dan penyebaran informasi juga diikuti oleh seluruh Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah daerah Kota Cirebon sebagai bentuk upaya untuk menyebarkan program dan agenda kegiatan dan kinerja Pemerinta Daerah Kota Cirebon dalam upaya pelaksanaan pembangunan di Kota Cirebon.

Fungsi media sosial sebagai layanan pertukaran pesan antar pengguna telah mengubah pola interaksi individu saat berkomunikasi. Di mana industri media dulunya merupakan badan pemberitaan yang dominan, keberadaan internet, dan terutama media sosial seperti Instagram, telah memungkinkan khalayak luas untuk menyebarkan informasi dan berpartisipasi secara bebas dalam apa yang terjadi di sekitar mereka.

Dewasa ini masyarakat lebih sering berkomunikasi melalui media sosial, karena memudahkan untuk berinteraksi dan berkomunikasi tanpa ada batasan ruang dan waktu. Hal ini pun akhirnya menjadi penghubung bagi pihak pemerintahan yang memanfaatkan media Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi kebijakan dan sebagai media yang dapat mendekatkan pemerintahan dengan masyarakatnya.

Penggunaan media sosial yang digunakan oleh lembaga pemerintahan ini didasari dari manfaat dan efek dari media sosial yang luar biasa. Karena penggunaan media dalam menyampaikan komunikasi harus disesuaikan dengan media yang tepat. Untuk mencapai sasaran komunikasi maka harus memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan (Effendy, 2017:37).

Seperti yang di katakana oleh McLuhan “*Medium is the Message*”. Dari *statement* tersebut berarti bahwa media adalah pesan itu sendiri. Pesan bukan hanya tentang apa yang disampaikan, melaikan juga pada perubahan yang dihasilkan oleh media tersebut. Sehingga dalam penggunaan media khususnya media sosial, pesan harus di *manage* dengan baik agar apa yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak sesuai dengan tujuan komunikator sehingga pesan tersebut memiliki dampak yang baik.

Merujuk pada permasalahan yang telah dipaparkan di atas, peneliti melalui akun Instagram @pemdakotacrb bermaksud untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana media sosial Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang dibuat secara *thematic* atau menggunakan konsep yang rapih mulai dari visual yang menarik dan warna – warna tema yang

memiliki makna tersendiri. Pentingnya masalah ini untuk dikaji berasal dari fakta bahwa Pemerintah Kota Cirebon sendiri memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi dengan konten – konten yang menarik. Berdasarkan ketertarikan peneliti terhadap masalah tersebut, maka peneliti menentukan judul penelitian “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram *Feeds* Pemerintah Kota Cirebon”.

## **B. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Kualitatif sering disebut penelitian yang dilakukan pada kondisi alamiah. Metode kualitatif merupakan langkah yang dipilih oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi.

Sebuah penelitian perlu memilih teknik dan alat pengumpulan data yang relevan. Oleh karena itu, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan diantaranya :

### **1. Wawancara**

Yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah wawancara secara mendalam yang bersifat terbuka, wawancara dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Cirebon. Wawancara dilakukan kepada Bapak Amir Zulkarnaen, ST.MM. selaku Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Humas Pemkot Cirebon, wawancara selanjutnya kepada Astrida Hafila, S.I.Kom. selaku Admin dari Instagram Humas Pemkot Cirebon, dan Ramdan Mubarak, S.I.KOM selaku Content Creator.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017:114).

Teknik wawancara yang diambil oleh peneliti yaitu wawancara semistruktur, dalam Teknik wawancara ini sudah termasuk in depth interview, dan dilakukan secara terbuka jadi peneliti mengandalkan informasi-informasi yang relevan juga dari informan yang berkaitan, sehingga dari wawancara ini, hasil yang peneliti dapat mampu menjadi penguat dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Adapun yang akan ditanyakan nantinya kepada narasumber terkait adalah seputar pemanfaatan media social yang dilakukan oleh Humas Pemkot Cirebon dalam melakukan penyebaran informasi.

### **2. Observasi**

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan observasi sebagai pengamatan awal dengan mencatat fakta yang dianggap dapat mendukung pelaksanaan kegiatan serta ikut turun ke lapangan untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan Humas Pemkot Cirebon. Observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, perilaku, tempat atau lokasi.

Observasi ini juga dilakukan untuk menemukan data dan fakta temuan terkait penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adapun observasi yang dilakukan ini peneliti menggunakan observasi partisipatif secara moderat, yang mana peneliti memposisikan sebagai orang luar yang kepentingannya hanya meneliti namun tak menutup kemungkinan juga berpartisipasi dalam beberapa kegiatan yang juga dilakukan oleh narasumber.

### **3. Studi Pustaka**

Yaitu studi yang dilakukan oleh penulis guna melengkapi data yang relevan, melalui buku-buku serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan laporan ini. Studi pustaka ini mendukung dalam bagian tambahan-tambahan dari materi yang telah disampaikan dan menjadi penguat tertentu tentang aktivitas-aktivitas humas dan tentang humas pemerintahan yang ada, serta tentang pemanfaatan media social yang memang berfokus pada media sosial Instagram, Facebook dan Twitter.

#### 4. Internet

Internet saat ini bisa menjadi salah satu pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti guna mendukung dan melengkapi bagian-bagian yang tidak ditemukan dalam teknik lainnya dan memudahkan akses informasi yang diperoleh peneliti.

#### 5. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bukti penguat penelitian yang dilakukan oleh penulis ketika melakukan penelitian yang berupa foto atau gambar-gambar bukti yang menunjukkan data atau hasil dari penelitian yang memang telah diangkat oleh penulis.

Adanya dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014;240). Peneliti akan mendokumentasikan kegiatan yang berkenaan dengan penelitian ini.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Proses Pengelolaan Konten Instagram Feeds Yang Dilakukan Pemerintah Daerah Kota Cirebon Melalui Pemanfaatan Instagram

Perkembangan teknologi internet dan media sosial melahirkan trend baru dalam proses komunikasi massa. Media sosial merupakan alat dan sarana yang digunakan dalam berlangsungnya proses komunikasi. Media sosial juga merupakan suatu media komunikasi online yang menjadi bagian penting dari membangun, menjalin atau memantapkan suatu hubungan interpersonal.

Menurut Brown media sosial merupakan aplikasi digital yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan bertukar informasi serta sumber-sumber, di mana hal ini merupakan hasil dari interaksi sosial melalui internet. Hal tersebut menandakan bahwa konten media internet tidak lagi dimonopoli oleh pihak berkepentingan, Namun dapat diunggah oleh semua pengguna internet dan mendorong perkembangan praktik jurnalisme warga melalui media sosial (dalam Yoni dkk:2017)

Dari paparan yang disampaikan dalam mengoptimalkan pesan, akun Instagram @pemdakotacrb mengoptimalkan konten yang akan diposting dengan menyesuaikan informasi dan caption yang disesuaikan dengan standarisasi yang sudah ditetapkan oleh Pemda Kota Cirebon. Maka Ada beberapa proses atau perencanaan sebelum menyampaikan pesan melalui akun Instagram @pemdakotacrb, diantaranya mempersiapkan dan memposting konten.

##### 4.2.1.2 Mempersiapkan dan Memposting Konten

Perkembangan teknologi internet dan media sosial melahirkan trend baru dalam proses komunikasi massa. Media sosial merupakan alat dan sarana yang digunakan dalam berlangsungnya proses komunikasi. Media sosial juga merupakan suatu media komunikasi online yang menjadi bagian penting dari membangun, menjalin atau memantapkan suatu hubungan interpersonal.

Dalam mempersiapkan konten tersebut dapat diketahui dari menentukan jenis konten, bahwa terdapat beberapa jenis konten, konten informasi atau berita, konten kegiatan yang dilakukan oleh Pemda Cirebon, konten hari-hari besar dan lainnya. Setelah mengetahui jenis konten yang dibuat masuk kedalam proses produksi konten, contoh misalnya konten tentang kegiatan seperti yang mereka katakan, fotografer akan memfoto hasil kegiatan yang dilakukan, lalu content creator akan melakukan editing, hingga sampai di admin media sosial untuk memposting konten.

Keluasan informasi merupakan salah satu ciri media sosial (Instagram). Di mana tidak ada keterbatasan konten karena tidak ada pertimbangan ruang dan waktu. Sama halnya dengan Instagram, media sosial yang satu ini memberikan keleluasaan kepada para penggunaannya untuk mendapatkan beragam informasi dan sebanyak apa yang dibutuhkan.

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik pada akun media sosial tersebut. Dalam hal ini konten yang dibuat merupakan bentuk relasi dalam media baru yang memberikan kesempatan dan kebebasan pengguna untuk berpartisipasi. Konten pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut Jordan sebagai "their own

individualized place”, tetapi juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Hal ini pun berbeda dengan media konvensional, dimana khalayak hanya menjadi objek yang pasif dalam distribusi pesan. (Nasrullah, 2017:33)

Pembuatan konten terkait informasi dan edukasi yang di buat sendiri oleh Pemda Kota Cirebon, ada konten-konten yang berisi pesan informasi, kegiatan pemerintahan, dan lain-lain. Pesan-pesan informasi dan edukasi yang disampaikan sangat ringan dan sederhana namun sangat memberikan masyarakat Cirebon yang memfollow mendapatkan informasi dengan mudah. Konten feeds Instagram yang disampaikan dalam bentuk postingan foto dan video yang di kemas dengan beberapa tema yang mereka sesuaikan dengan konten yang dibuat agar terlihat estetik dan rapih dalam feeds instagram.

Selain itu yang dapat memperkuat analisis tersebut yaitu mengenai salah satu karakteristik Instagram konten oleh pengguna. Di mana dalam hal ini audience atau pengikut dari Instagram @pemdakotacrb dapat berkontribusi dalam proses pembuatan konten serta menjadi orang yang mengkonsumsi konten tersebut.

Kekuatan utama Instagram adalah foto, komunikasi dan interaksi tidak terjadi tanpa adanya foto yang di posting di Instagram. Foto dan video merupakan salah satu bentuk komunikasi non verbal, yaitu komunikasi dengan menggunakan gambar. Foto memiliki pesan visual yang begitu kuat sehingga jutaan orang yang telah melihatnya pasti akan hafal dengan foto tersebut. Ketika khalayak melihat foto dan video yang di posting di Instagram tersebut dan melihatnya lagi lain waktu, khalayak akan belajar sesuatu yang lebih karena khalayak akan membuat koneksi dalam otak. Hal ini mengesankan karena foto dan video memiliki pesan literal dan simbolik yang kuat dan menarik.

Selain itu, (Severin, 2011) menjelaskan bahwa peran foto sebagai media penyampaian pesan akan menimbulkan dampak secara kognitif dan afektif, dimana perubahan kognitif akibat penyampaian pesan tersebut mencakup bidang pemikiran dan gagasan serta pengetahuan terhadap penerima pesan. Sedangkan secara afektif merupakan kondisi dimana foto akan memberikan stimulus respon terhadap sikap individu untuk suka ataupun tidak suka dan rangsangan terhadap sebuah pesan yang selanjutnya akan ditindaklanjuti oleh seorang individu.

Pesan yang disampaikan melalui caption berdasarkan foto dan video yang di posting oleh akun Instagram @pemdakotacrb. Penulisan caption ini bertujuan untuk menarik perhatian pengikut. Pada umumnya caption lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut. Panjang karakter tulisan juga tidak ditentukan atau tidak ada aturannya (Atmoko Dwi, 2012:52). Dalam hal ini fitur caption digunakan untuk menuliskan pesan yang akan disampaikan dari postingan foto maupun video yang bersangkutan, atau mengenai tujuan yang ingin dicapai. Caption berguna untuk memberikan informasi yang mendetail yang tidak tersurat dalam foto atau video dan juga bermanfaat dalam memancing proses interaksi awal, yang dimana interaksi awal adalah interaksi yang dibangun oleh pengikut Instagram @pemdakotacrb untuk saling memberikan tanggapan terkait pemaparan konten yang disampaikan oleh Instagram @pemdakotacrb.

### **Alasan Pemerintah Kota Cirebon Menggunakan Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi.**

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih interaktif jika di bandingkan dengan media massa konvensional. Interaksi yang dilakukan membuat pertukaran informasi dengan masyarakat, dalam hal ini informasi menjadi konten di media sosial Instagram, dan dari konten informasi pula terjadi interaksi dengan pengikut Instagram.

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut, melainkan harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan emot icon. (Nasrullah, 2017:16)

Media sosial instagram adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan

informasi kepada pembaca/khalayaknya. Seiring perkembangan zaman yang semakin modern melahirkan media komunikasi yang cukup canggih dan tidak dapat di pungkiri berpengaruh terhadap proses komunikasi. Pengaruh tersebut merupakan suatu timbal balik atau feedback yang terjadi dalam proses komunikasi. Instagram digunakan karena salah satu karakteristik dari media sosial itu sendiri yang bersifat interaktif, di mana sesama pengguna Instagram dapat terkoneksi dan berinteraksi satu sama lain secara lebih interaktif. Dan hal tersebut dapat dilakukan dengan penggunaan fitur pesan yang tersedia, diantaranya direct message maupun kolom komentar. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Menurut Shirky media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*), diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi (Nasrullah, 2017:11). Dalam hal ini sesama pengguna dapat saling berbagi konten yang dapat dilakukan dengan menggunakan fitur Instagram seperti tag dan Instagram story.

Instagram membangun suatu profil publik atau semi publik dalam sistem yang terbatas, mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa saja mereka berbagi, melihat dan menelusuri daftar pengikut mereka dan daftar pengikut yang dibuat oleh orang lain dalam sistem. Mengijinkan dan menganjurkan seluruh pengguna untuk membuat, berbagi dan menyebarkan informasi dan gambar yang menekankan berbagi konten antara pengguna dan kolaborasi secara online. Hal ini adalah bentuk aplikasi yang dinamis, fleksibel dan interaktif yang keseluruhannya dapat disebut sebagai desain.

Pengelolaan feedback dilakukan secara manual lewat aplikasi Instagram. Pengelolaan feedback dengan membealaskan komentar dengan cepat, sehingga membuat masyarakat tertarik mencari informasi melalui Instagram @pemdakotacrb. Interaksi yang dilakukan dengan pengikut Instagram @pemdakotacrb dimulai dengan sebuah konten yang di posting di feed Instagram yang kemudian pengikut akan memberikan respon dengan memberikan komentar. Respon dari pengikut Instagram akan menjadi langkah awal untuk berinteraksi dengan pengikut. Dalam proses interaksi yang dilakukan pada kolom komentar sebagai cara untuk menyampaikan pesan informasi dan edukasi.

Perluasan perkembangan industri menghasilkan media baru yang memang menjadi andalan yang mendukung segala aktivitas manusia saat ini. Media social merupakan saluran komunikasi, dan jejaring sosial itu sendiri mencakup koneksi jaringan yang mempengaruhi realitas sosial, yang disebut sistem sosial teknologi. Menurut Dijk dalam (Nasrullah, 2014)., media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna yang mempromosikan kreativitas dan kolaborasi mereka.

Di era digitalisasi ini masyarakat dituntut untuk beradaptasi dengan segala kemajuan teknologi yang sangat pesat. Instagram memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, salah satunya adalah perkembangan di bidang teknologi komunikasi yang dapat merubah sistem komunikasi menjadi lebih fleksibel tanpa ada batas ruang dan waktu dimana setiap individu beradaptasi dengan kemajuan ini. Media sosial adalah salah satu perubahan dari dampak yang di timbulkan oleh perubahan sistem komunikasi, yang dimana perubahan ini memberikan pemaknaan baru dari pesan yang disampaikan melalui media sosial, banyak macam jenis media sosial diantaranya adalah Instagram.

Instagram memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Pesan yang disampaikan memiliki peluang untuk diterima khalayak yang lebih luas. Konten yang akan disampaikan melalui postingan memiliki kebebasan dan tak terbatas. Artinya instagram memungkinkan penggunaanya menyalurkan ekspresi diri melalui konten. Begitupun dengan akun instagram @pemdakotacrb yang membuat konten sebagai cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas.

Instagram merupakan sebuah media sosial yang memungkinkan pengguna dapat berbagi foto dan video, serta berbagi moment aktifitas melalui foto atau video yang tentunya bisa juga

dibagikan ke berbagai layanan jejaring sosial lain milik pengguna. Pengguna Instagram juga bisa berinteraksi dengan pengguna lain melalui berbagai fitur yang disediakan Instagram seperti, posting foto dan video, like, comment, Instagram story, live Instagram, IG TV, dan direct message. Tersedianya berbagai fitur dalam satu aplikasi menjadi alasan utama ketertarikan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Fitur-fitur baru yang selalu dihadirkan oleh Instagram semakin memunculkan sifat ketergantungan pada aplikasi ini. Berbagai foto ditempatkan populer ataupun berbagi cerita aktifitas kegiatan saat itu melalui fitur Instagram story atau lebih akrab disebut Snapgram yang disediakan menjadi salah satu kebanggaan personal menggunakan aplikasi berbasis online. Dengan mengutamakan layanan posting melalui foto dan video, Instagram tidak hanya dijadikan media untuk sekedar memposting moment tertentu, tetapi juga kini dimanfaatkan oleh banyak pebisnis dan lembaga atau instansi untuk menyampaikan pesan informasi dan edukasi serta visi misi yang berkaitan dengan instansi tersebut, bahkan menjadi media untuk promosi bagi pelaku bisnis yang memanfaatkan Instagram.

Alasan penggunaan Instagram pun didasari karena fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram itu sendiri. Fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram menjadi kekayaan dari media tersebut. Kekayaan yang dimiliki Instagram berhubungan dengan teori kekayaan media. Menurut Daft, media dianggap “kaya” jika memungkinkan untuk umpan balik segera, beberapa isyarat sekaligus mampu digunakan dalam berbagai ragam Bahasa dan personalisasi. Semakin tinggi tingkat kekayaan media, maka semakin banyak informasi yang diberikan dan semakin sedikit ketidakjelasan di dalamnya. Dan pada gilirannya akan mengurangi tingkat ambiguitas dan ketidakpastian penerima informasi (dalam Irawan,2015:17)

Kenyataannya pada internet khususnya media sosial sudah banyak sekali fitur-fitur yang berfungsi untuk memperkenalkan sebuah produk ataupun jasa suatu perusahaan maupun organisasi yang mereka miliki ke khalayak luas, sehingga para khalayak dapat mengetahui berbagai informasi serta pengetahuan tentang hal tersebut dari fitur-fitur media sosial yang ada seperti berbagi foto ataupun video yang diunggah ke media sosial tersebut. Sehingga semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam media sosial atau internet.

Dalam hal ini, salah satu pemanfaatan media sosialnya adalah instagram. Yang mana dalam hal ini instagram dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan informasi mengenai Kota Cirebon. Pemanfaatan ini dilakukan agar dapat menyampaikan informasi kepada khalayak yang lebih luas. Sehingga khalayak khususnya Kota Cirebon tersebut dapat mengetahui pesan-pesan seputar informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @pemdakotacrb sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan awareness masyarakat terkait media sosial pemerintahan. Penggunaan Instagram didasari karena efektifitas dan kekayaan fitur Instagram yang dapat di manfaatkan serta berbagai kemudahan yang berdasarkan karakteristik dari sosial media.

### **Makna Dari Pemilihan Visual Dan Warna Tema Pada Konten Instagram Feeds Pemerintah Daerah Kota Cirebon**

Feeds Instagram merupakan hal yang penting bagi pengguna Instagram agar terlihat rapi dan menarik agar enak dilihat. Biasanya, para pengguna Instagram mengatur feeds nya dengan cara menyamaratakan warna filter yang sama atau dengan cara mengunggah foto sekaligus tiga dalam satu upload. Hal ini dilakukan agar foto yang baru diunggah tertata dengan rapi dan enak dilihat. (Setiawan, dan Audie 2020)

Pemerintah Daerah Kota Cirebon melalui Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Cirebon merupakan instansi yang berorientasi pada penyediaan layanan informasi sebagai sarana komunikasi untuk mewujudkan penyelenggaraan pemerintahan Kota Cirebon, maka konten yang dapat dimuat dalam feeds Instagram @pemdakotacrb adalah topik-topik terkait pembinaan, himbuan dan beberapa tempat yang menjadi icon kota Cirebon, serta berita-berita terkini. Topik-topik tersebut dapat memuat informasi-informasi tentang kegiatan Pemerintah Daerah Kota Cirebon, ucapan duka atau selamat, serta isu-isu terkini lain yang sedang hangat di kalangan masyarakat.

Dalam menentukan makna visual dan tema warna dalam feeds Instagram @pemdakotacrb, tidak ada tema khusus dan makna khusus dari setiap feeds yang dibuat, melainkan salah satunya penentuan warna berdasarkan logo Pemerintah Daerah kota Cirebon yaitu warna kuning, hijau, dan biru. Warna logo tersebut diaplikasikan di feeds Instagram @pemdakotacrb, agar feeds Instagram tertata rapih dan menarik serta menjadi identitas karakter yang khas dari Instagram @pemdakotacrb melalui warna logo Kota Cirebon. Namun warna-warna itu memiliki makna tersendiri di dalam logo Pemda Kota Cirebon.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Feeds Pemerintah Kota Cirebon”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pengelolaan konten yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Cirebon melalui akun Instagram @pemdakotacrb memiliki beberapa tahapan, di antaranya yaitu mempersiapkan konten dan memposting konten.
2. Alasan Pemerintah Daerah Kota Cirebon menggunakan Instagram yaitu karena media sosial instagram sebagai media utama dalam penyampaian informasi adalah karena Instagram dianggap sebagai media yang efektif dalam menyampaikan pesan karena lebih cepat dan bisa mendapatkan feedback dari pengikut Instagram. Selain itu Instagram secara tidak langsung memperngaruhi awareness masyarakat karena dari yang telah dipaparkan pun, instagram memeberikan manfaat yang cukup besar dalam membantu proses komunikasi yang dilakukan Pemda Kota Cirebon. Dan juga Instagram memiliki banyak fitur yang memudahkan berinteraksi dengan followersnya
3. Postingan feeds Instagram yang mempunyai tema visual dan warna sesuai dengan warna logo yang mereka miliki, warna – warna itu tidak ada makna khusus dalam postingan feeds Instagram namun warna tersebut digunakan berdasarkan logo yang ada, agar identitas mereka terlihat dengan membranding warna logo dari Pemda Kota Cirebon itu sendiri, namun dalam logo tersebut pemilihan warna dalam logo pasti memiliki makna tersendiri

#### **Acknowledge**

Dengan kerendahan hati, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, keluarga serta sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam proses penyelesaian penelitian ini.
2. Wiki Angga Wiksana, S.Sos., M.Si selaku pembimbing skripsi peneliti
3. Seluruh dosen beserta staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas semua dedikasi dalam mendidik dan memberikan bekal dengan ilmu yang berguna.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Acep Yoni, D. (2010). Menyusun Penelitian Tindakan Kelas. Familia.
- [2] Ati, H. (2018). Media Richness Theory Dan Potensi Website Sebagai Media Komunikasi Csr Oleh Perusahaan.
- [3] Atmoko Dwi. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Media Kita.
- [4] Effendy, O. U. (2017). Komunikasi Teori Dan Praktek. Remaja Rosdakarya.
- [5] Nasrullah, R. (2017). . Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- [6] Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- [7] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D. Alfabeta.