

**ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM
SEBAGAI PUSAT INFORMASI
PADA DINAS PERHUBUNGAN ACEH**

Skripsi

Disusun Oleh:

HALILUL HAQQI

NIM. 200401058



**PROGRAM STUDY KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH-2026**

**ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM
SEBAGAI PUSAT INFORMASI
PADA DINAS PERHUBUNGAN ACEH**

Skripsi

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh sebagai Salah Satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Strara Satu (S1) dalam Program Studi Komunikasi Dan
Penyiaran Islam**

Oleh:

HALILUL HAQOI

NIM. 200401058

Disetujui Oleh :

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Pembimbing I

an. Sekretaris prodi ICI



Dr. Abdul Rani Usman, M.Si.

NIP. 196312311993031035

Pembimbing II



Syahril Furgany, M.Ikom

NIP. 198904282019031011

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh :

HALILUL HAQQI
NIM. 200401058

Pada Hari/ Tanggal

Selasa, 28 April 2026 M
11 Dzulqaidah 1447 H

di
Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



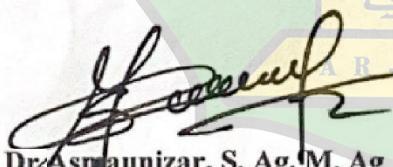
Dr. A. Rani Usman, M.Si
NIP. 196312311993031035

Sekretaris,



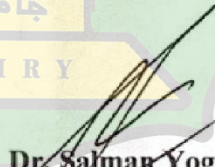
Dr. Svahril Furqany, M.I. Kom
NIP. 198904282019031011

Anggota I,



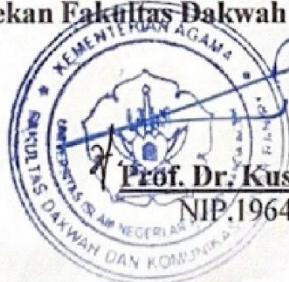
Dr. Asmaunizar, S. Ag. M. Ag
NIP. 197409092007102001

Anggota II,



Dr. Salman Yoga, MA
NIP. 197107052008011010

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.
NIP. 196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Halilul Haqqi

NIM : 200401058

Jenjang : Strata I

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 21 April 2026

Yang Menyatakan,



E653DANX377160509

HALILUL HAQQI
NIM. 200401058

ABSTRAK

Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah menjadi salah satu strategi penting dalam penyampaian informasi publik di era digital. Instagram sebagai platform yang populer di kalangan masyarakat dimanfaatkan oleh Dinas Perhubungan Aceh sebagai pusat informasi untuk menyampaikan berbagai informasi terkait transportasi dan kegiatan instansi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pengelolaan dan penyebaran informasi melalui Instagram serta mengidentifikasi kendala internal dan eksternal beserta peluang yang dapat dioptimalkan dalam pemanfaatannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan informan dari unsur pimpinan, humas, tim pengelola media sosial, tim teknis, serta masyarakat sebagai pengguna informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram telah dilakukan secara terstruktur melalui tahapan perencanaan konten, produksi oleh tim teknis, hingga distribusi informasi kepada masyarakat. Konten yang disajikan disesuaikan dengan kebutuhan audiens, terutama informasi lalu lintas dan pengumuman yang bersifat aktual dan praktis. Meskipun demikian, interaksi antara instansi dan masyarakat masih cenderung pasif. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, koordinasi internal yang belum optimal, tuntutan kecepatan dan akurasi informasi, serta keterbatasan dalam produksi konten. Di sisi lain, tingginya penggunaan Instagram dan perkembangan fitur digital menjadi peluang besar dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik. Optimalisasi pemanfaatan fitur interaktif, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta penguatan sistem pengelolaan menjadi langkah strategis dalam mendukung peran Instagram sebagai pusat informasi.

Kata kunci: Instagram, komunikasi publik, media sosial, Dinas Perhubungan Aceh, informasi publik, komunikasi digital.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW. Berserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan izin Allah SWT skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S-1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Pusat Informasi Pada Dinas Perhubungan Aceh”**.

Penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari banyak pihak yang membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ungkapan terimakasih kepada:

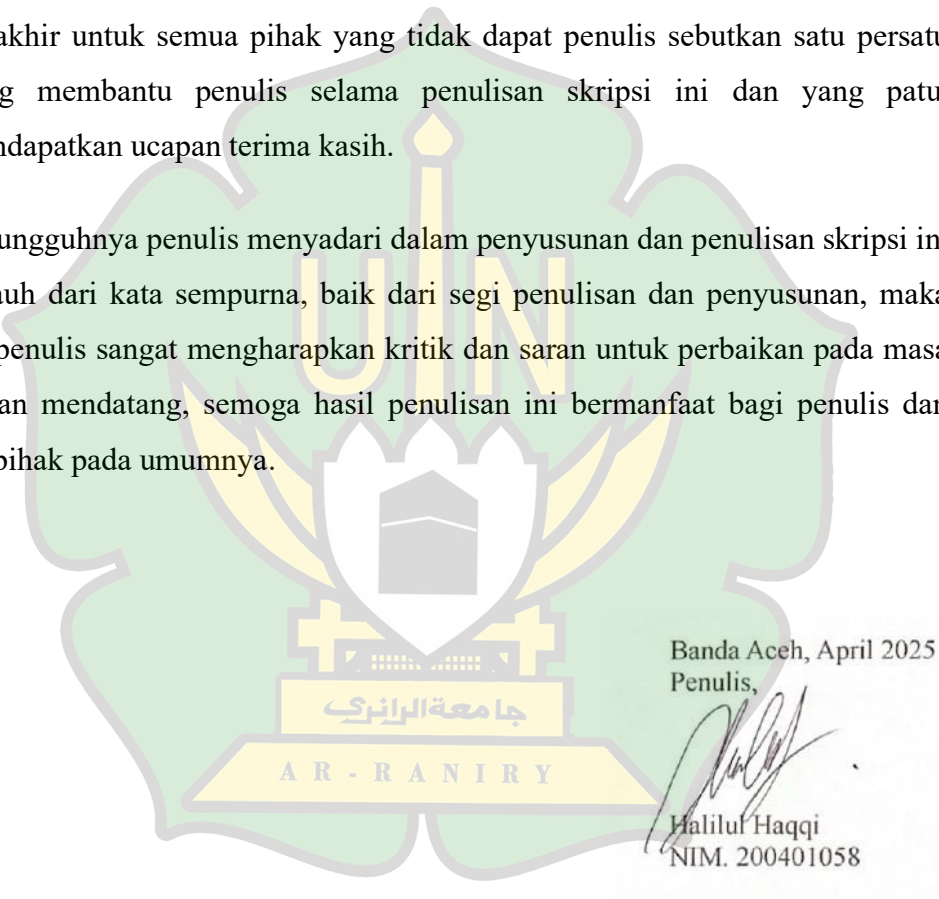
1. Yang teristimewa dan tercinta untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Ramli yang selalu mendukung penulis dalam langkah positif apapun yang penulis ambil, untuk Ibunda Maryam tersayang telah memberikan doanya yang menembus langit, serta kepercayaan dan semangat dukungan untuk Penulis, sehingga penulis mampu untuk melewati semua rintangan yang ada. Serta untuk adik tersayang Halimi Qauzi yang selalu memberi support dan serta menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Untuk Mami Aminah, Makha Nisah, Wawak Razuan, Yanda Khaidir, Acek Abidin, Kak Nur, Kak Ela, Kak Udi, Kak Irma, Kak Aan, Kak Dhea yang selalu mendukung penulis baik secara moril maupun materil, dan seluruh keluarga besar ABJAD (Abdullah Jaidah) family, serta memberikan semangat kepada penulis dan juga kepada kedua orang tua penulis. Harapan penulis keluarga ini selalu dalam lindungan Allah SWT.

3. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
4. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Fairus, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II sekaligus Penasehat Akademik penulis, dan Bapak Dr. Sabirin, S.Sos.I., M.Si selaku Wakil Dekan III.
5. Bapak Dr.Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Ibu Hanifah, S.Sos. I., M. Ag selaku Sekretaris Prodi.
6. Bapak Dr. Abdul Rani Usman, M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Dr.Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, serta memberikan semangat dan motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu kepada penulis selama ini, kemudian kepada seluruh karyawan/karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Kepada Rekan KPI Angkatan 2020, teman dan sahabat tercinta, Bg Rahmat Fajri, Bg Murtazam, Bg Ziaurrahman, Hafidhatul Maula Ali, Salman Alfarisi, Althaf Abid, Agus Safrizal, Rega Tanoga, Nuri Agussetiawan, Sayyid Jamalul Adil, Karimullah Azhar, Ikhwanul Muslimin, Alhafiz, Daiyan Adhita, yang telah memberikan banyak waktu, arahan, serta dukungan kepada penulis.
9. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada seseorang yang selalu hadir memberikan semangat, doa, dan dukungan tanpa henti. Sosok yang senantiasa menjadi tempat berbagi cerita, penguat di saat lelah, serta penyemangat di setiap langkah perjuangan ini. Meskipun tidak disebutkan namanya di sini. Kehadirannya, memiliki peran yang sangat berarti dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Bapak T. Faisal, S.T., M.T. selaku Kepala Dinas, Bapak T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si, selaku Sekretaris Dinas, Ibu Fitri Sari, S.T. selaku

Kasubbag Program Informasi dan Humas, Ibu Dhea Atifa, S.I.Kom. selaku Content Planner (ICR), Bapak Amsal Bunaiya, S.PdI. selaku Admin Instagram, Bapak M. Najian S.T selaku Bidang Design Grafis, dan Bapak Midika utama putra A.Md selaku Bidang Foto/Video, terima kasih atas bantuan informasi dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Kepada Dinas Perhubungan Aceh, terima kasih atas kesempatan yang diberikan dalam melakukan penelitian ini.
12. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis selama penulisan skripsi ini dan yang patut mendapatkan ucapan terima kasih.

Sesungguhnya penulis menyadari dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan dan penyusunan, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan pada masa yang akan mendatang, semoga hasil penulisan ini bermanfaat bagi penulis dan sesama pihak pada umumnya.



Banda Aceh, April 2025
Penulis,


Halilul Haqqi
NIM. 200401058

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Operasional	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
B. Komunikasi Organisasi	21
C. Komunikasi Pemerintahan	29
D. Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Publik	33
E. Instagram Sebagai Media Informasi	38
F. Informasi Publik dan Keterbukaan Informasi	43
G. Efektivitas Penyampaian Informasi melalui Instagram	47
H. Dinas Perhubungan sebagai Lembaga Pelayanan Publik	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	60
C. Subjek Penelitian	60
D. Sumber Data	61
E. Teknik Pengumpulan Data	63
F. Teknik Analisis Data	65
G. Keabsahan Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Dinas Perhubungan Aceh	69
B. Hasil Penelitian	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah kehidupan interaksi sosial dan penyebaran informasi secara fundamental.¹ Media sosial telah menjelma menjadi platform dominan yang tidak hanya memfasilitasi komunikasi interpersonal, tetapi juga menjadi kanal penting bagi organisasi, termasuk instansi pemerintah, untuk berinteraksi dengan publik. Di Indonesia, penggunaan media sosial terus meningkat signifikan.²

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 221 juta jiwa pada tahun 2024, dengan mayoritas aktif di berbagai platform media sosial.³ Instagram, dengan karakteristik visual yang kuat dan fitur-fitur interaktifnya, menempati posisi strategis sebagai salah satu platform paling populer di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk di Provinsi Aceh.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan

¹ Ningsih, Ajeng Fitriyadi, Et Al. "Pengaruh Inovasi Teknologi Pada Dinamika Kehidupan Sosial: Literature Review." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 3.1 (2024): 1-12.

² Anggraini, Candra, And Eli Jamilah Mihadja. "Pendayagunaan Platform Media Sosial Oleh Kementerian Pekerjaan Umum." *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 8.1 (2025): 83-91.

³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). Di Akses Dari <https://Survei.Apjii.Or.Id/>, Pada Tanggal 30 Juli 2025 Pukul 04:11 Wib

bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.⁴ Selain itu, pengguna media sosial juga memiliki kemampuan yang mudah untuk berbagi, turut serta dalam berbagai kegiatan, serta menghasilkan konten sesuai dengan keinginan mereka sebelum diunggah ke dalam platform media sosial.

Dikarenakan kemajuan yang pesat dalam ranah media sosial, pengembang aplikasi media sosial bersaing untuk mengembangkan platform mereka agar mampu memberikan pengalaman yang nyaman dan menarik bagi pengguna, serta mempertahankan ketertarikan mereka dalam jangka waktu yang panjang.⁵ Media sosial telah berhasil mengubah cara manusia berinteraksi, memungkinkan mereka untuk bertukar informasi secara langsung tanpa batasan waktu dan tempat. Awalnya, komunikasi dalam media sosial bersifat satu arah, namun kini telah berkembang menjadi interaksi dua arah di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen konten yang diunggah oleh pihak lain, melainkan juga berperan aktif dalam memberikan respons terhadap konten yang diposting oleh para pengguna lainnya.⁶

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbagi foto dan video berdurasi pendek dari Amerika yang dimiliki oleh Meta Platforms. Instagram memungkinkan para pengguna untuk mengunggah media yang dengan diberi

⁴ Irawan, Dodi, And Rahayudiyah Nastasya. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prilaku Keagamaan Peserta Didik." *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (Pipi)* 1.1 (2023): 39-48.

⁵ Sangadji, Fadhila Amalia Putri, Et Al. "Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital." *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4.1 (2024): 143-149.

⁶ Ginting, Dea Cindi Amelia, Et Al. "Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital." *Ppiman Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2.1 (2024): 22-29.

filter, diberi tagar, dan dikaitkan dengan lokasi. Postingan dapat dibagikan secara publik atau kepada pengikut yang sebelumnya telah disetujui. Pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain berdasarkan tagar dan lokasi, melihat konten yang sedang tren, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka ke umpan pribadi.⁷ Instagram juga platform media sosial berpusat pada gambar yang dioperasikan oleh Meta, tersedia di iOS, Android, Windows 10, dan web. Pengguna dapat mengambil foto dan memberikan filter bawaan dan alat lainnya, yang kemudian membagikannya di platform media sosial lain seperti Facebook. Aplikasi ini mendukung 32 bahasa termasuk Indonesia, Inggris, Hindi, Spanyol, Prancis, Korea, dan Jepang.⁸

Saat ini, Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan individu dalam mengekspresikan diri, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi yang efektif. Media sosial Instagram dalam penyampaian informasi melalui foto, video, dan teks memiliki daya tarik visual yang tinggi serta mampu menjangkau masyarakat secara luas dalam waktu yang relatif singkat. Hal ini menjadikan Instagram diadopsi oleh berbagai instansi, baik pemerintah maupun swasta, sebagai sarana komunikasi publik dan pusat informasi resmi.⁹

Melalui fitur-fitur seperti unggahan foto dan video, reels, stories, serta kolom komentar, Instagram memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah

⁷ Uddin, Badie, Aprilia Zahra Maharani, And Kailal Wafa Auladal Baren. "Pemanfaatan Fitur Instagram Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (Jnkti)* 7.6 (2024): 1505-1510.

⁸ Noventa, Christifera, Iin Soraya, And Arina Muntazah. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Buddyku Sebagai Sarana Informasi Terkini." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (Jkomdis)* 3.3 (2023): 626-635.

⁹ Siahaan, Krisna Zeyvanya. "Makna Perilaku Sosial Pengguna Instagram Story Mahasiswa Fisipol Unesa: Fenomenologi Dengan Konteks Self-Disclosure." *Jurnal Dialektika Pendidikan Ips* 5.1 (2025): 69-82.

antara instansi dan masyarakat. Kondisi ini memberikan peluang bagi instansi untuk menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan interaktif, sekaligus menerima umpan balik langsung dari publik.¹⁰ Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai media informasi menjadi strategi komunikasi yang relevan di era digital saat ini.

Penggunaan media instagram oleh Dinas Pemerintah kota dalam berkomunikasi dengan masyarakat, ternyata lebih banyak menggunakan jenis broadcast eksternal. Dinas Pemerintah menggunakan layanan media sosial instargram untuk menyiarkan berita, menyajikan informasi yang spesifik, dan juga untuk mempromosikan suatu produk baik barang maupun jasa. Penggunaan jenis broadcast media sosial sangat bermanfaat bagi Dinas Pemerintah karena semakin cepat menyebarkan informasi, efektif dan efisien, dapat menjangkau seluruh masyarakat dari masing-masing kota. Masyarakat juga mudah mendapatkan informasi dan kabar terbaru.¹¹

Adapun contoh penggunaan media Instagram sebagai saluran informasi eksternal oleh Dinas Perhubungan Aceh terlihat pada posting mengenai program Mudik Gratis Aceh 2026. Dalam kiriman tersebut, Dishub Aceh memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat mengenai pembukaan pendaftaran, syarat, dan rute perjalanan yang tersedia. Informasi ini disebarluaskan melalui

¹⁰ Syarifudin, Rajwa Shaliha Permata, And Leonard Dharmawan. "Efektivitas Pemanfaatan Instagram@ Kominfobogor Sebagai Media Informasi Untuk Publik." *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-Sikom)* 6.1 (2025): 87-101.

¹¹ Ulayya, Khansa Nabila, Diah Priharsari, And Andi Reza Perdanakusuma. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota Menggunakan Media Sosial Untuk Berkomunikasi Dengan Masyarakat." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 6.5 (2022): 2064-2071.

Instagram agar bisa menjangkau masyarakat lebih luas dan cepat tanpa perlu bertatap muka. Dengan cara komunikasi ini, masyarakat dapat dengan gampang mendapatkan informasi penting tentang layanan transportasi yang disediakan oleh pemerintah, sehingga menunjukkan bahwa Instagram berperan sebagai media penyebaran yang efektif dalam memberikan informasi publik.

Adapun jenis dialog telah digunakan oleh dinas sehingga pemerintah mendapatkan kabar atau informasi langsung dari masyarakat. Masyarakat bisa melaporkan kejadian dan suatu kabar terbaru yang belum diketahui pemerintah. Sangat membantu dinas dalam melaksanakan tugas mensejahterakan masyarakat. Jenis dialog ini dapat dimanfaatkan oleh seluruh dinas. Selain mendapatkan informasi dari eksternal juga dapat mendekatkan diri dengan masyarakat. Dinas Pemerintah kota di Indonesia belum menggunakan seluruh jenis penggunaan media sosial sesuai dengan teori yang ada. Rata-rata penggunaan instagram oleh dinas pemerintah kota hanya menggunakan jenis broadcast.¹² Dinas Pemerintah di Indonesia bisa menerapkan jenis dialog dan jenis lainnya untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Seperti pemerintah lokal internasional yang telah menerapkan jenis penggunaan media sosial sesuai dengan teori. Masyarakat akan merasa semakin dekat dengan dinas pemerintah dengan adanya kegiatan dialog, sehingga pemerintah mendapatkan kepercayaan lebih dari masyarakat.¹³

¹² Ulayya, Khansa Nabila, Diah Priharsari, And Andi Reza Perdanakusuma. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota Menggunakan Media Sosial Untuk Berkomunikasi Dengan Masyarakat." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 6.5 (2022): 2064-2071.

¹³ Nugraha, Punjul Setya, And Irwansyah Irwansyah. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11.1 (2022): 35-48.

Pemerintah, sebagai pelayan publik, memiliki tanggung jawab besar untuk menyediakan informasi yang transparan, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Konsep *e-governance* atau pemerintahan digital semakin mendorong instansi publik untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan dan komunikasi. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial bukan lagi sekadar tren, melainkan sebuah keharusan strategis untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan partisipasi publik, dan membangun citra positif.¹⁴

Dalam sudut pandang Islam, penyampaian informasi yang akurat, jelas, dan dapat diandalkan sangat penting untuk menjaga interaksi sosial dan menciptakan komunikasi yang baik dalam masyarakat. Ini tercantum dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6:

قُلْ أَنْعَلِمُونَ اللَّهَ بِدِينِكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : *"Wahai orang yang beriman! Apabila ada orang yang tidak berakhlak datang kepadamu dengan berita, maka periksalah kebenarannya agar kamu tidak mencelakai suatu kelompok karena ketidaktahuan, yang pada akhirnya akan kamu sesali."*¹⁵

¹⁴ Ditasman, Ditasman, And Amrullah Amrullah. "Kajian Literatur: Reformasi Pelayanan Publik Berbasis Digitalisasi." *Journal Of Governance And Public Administration* 1.3 (2024): 525-533.

¹⁵ Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 6.

Ayat ini mengandung arti bahwa semua informasi yang disampaikan kepada masyarakat haruslah benar, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks komunikasi publik di zaman digital, termasuk media sosial seperti Instagram, lembaga pemerintah diharuskan untuk memberikan informasi yang valid, transparan, dan dapat dipercaya agar tidak menimbulkan salah paham di masyarakat. Maka dari itu, pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perhubungan Aceh sebagai sumber informasi publik juga sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya pengecekan dan kejujuran dalam penyebaran informasi.

Dinas Perhubungan Aceh, sebagai entitas pemerintah yang mengelola sektor vital perhubungan, memiliki peran sentral dalam memastikan kelancaran mobilitas dan keselamatan masyarakat. Informasi terkait regulasi lalu lintas, jadwal transportasi darat, laut, dan udara, kondisi infrastruktur, kebijakan transportasi terbaru, hingga himbauan keselamatan, adalah informasi esensial yang harus tersampaikan secara efektif kepada publik.¹⁶

Menyadari potensi media sosial, Dinas Perhubungan Aceh telah mengadopsi Instagram sebagai salah satu saluran komunikasi resminya, dengan nama akun @dishub_aceh. Melalui akun ini, Dinas Perhubungan Aceh secara rutin mengunggah berbagai konten visual dan tekstual, termasuk infografis, pengumuman, video singkat, dan respons terhadap pertanyaan atau keluhan dari

¹⁶ Rumambi, Ramon Charles. "Kebijakan Dan Regulasi Transportasi Jalan Raya." *Manajemen Transportasi Jalan Raya* (2025): 36.

masyarakat.¹⁷ Harapannya, Instagram dapat berfungsi sebagai "pusat informasi" yang efisien, memungkinkan masyarakat mengakses informasi perhubungan kapan saja dan di mana saja.



Gambar 1.1 https://www.instagram.com/dishub_aceh/

Dinas Perhubungan Aceh aktif menjalankan peran strategis dalam pengelolaan sistem transportasi dan pelayanan publik di provinsi Aceh, baik melalui kebijakan operasional di lapangan maupun komunikasi publik secara digital. Dinas ini terlibat dalam berbagai program nyata seperti penyelenggaraan mudik gratis dengan rute darat yang luas untuk mendukung mobilitas masyarakat pada momen besar, serta fasilitasi pengiriman bantuan kemanusiaan ke daerah terdampak bencana sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan logistik pemerintah daerah.¹⁸

Selain berfungsi dalam pelayanan transportasi, Dinas Perhubungan Aceh juga menegaskan dedikasinya terhadap keterbukaan informasi publik dengan

¹⁷ Noor, Muhammad Raffi Hasan, Ika Sartika, And Hudi Santoso. "Pengeloaan Akun Instagram@ Dishubkotabogor Oleh Humas Dinas Perhubungan Kota Bogor Dalam Menyebarkan Informasi Publik." *All Fields Of Science Journal Liaison Academia And Sosiety* 5.3 (2025): 59-70.

¹⁸ Asmita, Rahmi Ayu, Siti Rahmi Dayu, And Nurul Kamaly. "Efektivitas Penggunaan Dana Otsus Dalam Mendukung Layanan Transportasi Publik: Studi Kasus Trans Koetaradja." *Journal Of Governance And Public Administration* 2.3 (2025): 679-689.

memanfaatkan platform digital. Hal ini terlihat dengan penghargaan Upakarti Anindya Tinarbuka Tahun 2023 yang diterima oleh Kepala Dinas Perhubungan Aceh saat peringatan Hari Keterbukaan Informasi Nasional (HAKIN)¹⁹. Penghargaan ini diberikan sebagai pengakuan atas keberhasilan dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik dan komunikasinya dengan masyarakat. Pencapaian ini menunjukkan bahwa Dinas Perhubungan Aceh dianggap mampu membangun sistem komunikasi publik yang jelas, transparan, dan responsif melalui media digital, termasuk Instagram. Dengan pencapaian tersebut, Dinas Perhubungan Aceh menjadi lembaga yang relevan untuk diteliti dalam studi mengenai penggunaan Instagram sebagai sumber informasi publik di zaman digital.

Berdasarkan perkembangan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik, Instagram menjadi salah satu platform yang digunakan oleh Dinas Perhubungan Aceh dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Namun, efektivitas pengelolaan dan penyebaran informasi melalui akun Instagram tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut, terutama terkait pola pengelolaan konten, jenis informasi yang disampaikan, serta konsistensi dan strategi komunikasi yang diterapkan.²⁰

¹⁹ peringatan Hari Keterbukaan Informasi Nasional (HAKIN). Di Akses Dari <https://infopublik.id/kategori/nusantara/741583/kadishub-aceh-raih-penghargaan-upakarti-anindya-tinarbuka-2023?show=> Pada Tanggal 9 Mei 2026 Pukul 02:14 WIB

²⁰ Arimiawati, Intan, And Vivien Febri Astuti. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram@Djplkemenhub151 Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Publik." *Jurnal Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan* 6.2 (2025).

Di samping itu, dalam proses pemanfaatan Instagram sebagai pusat informasi, Dinas Perhubungan Aceh tentu menghadapi berbagai kendala, baik yang bersumber dari faktor internal seperti keterbatasan sumber daya manusia dan teknis pengelolaan media, maupun faktor eksternal seperti tingkat partisipasi dan literasi digital masyarakat. Meskipun demikian, terdapat pula peluang yang dapat dioptimalkan, antara lain meningkatnya jumlah pengguna Instagram dan tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi transportasi yang cepat dan akurat, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana Dinas Perhubungan Aceh memanfaatkan Instagram sebagai media informasi publik secara optimal.²¹

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk menganalisis secara komprehensif penggunaan Instagram oleh Dinas Perhubungan Aceh sebagai pusat informasi. Hasil penelitian tidak hanya memberikan gambaran akademis tentang komunikasi digital pemerintah, tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh Dinas Perhubungan Aceh untuk mengoptimalkan strategi komunikasi mereka di platform Instagram demi pelayanan publik yang lebih baik dan transparan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola pengelolaan dan penyebaran informasi oleh Dinas Perhubungan Aceh melalui akun Instagram ?

²¹ Niko, Trisusilo. *Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Informasi Publik Melalui Media Sosial Di Polda Sumatera Barat*. Diss. Universitas Andalas, 2024.

2. Apa saja kendala internal dan eksternal yang dihadapi serta peluang yang dapat dioptimalkan oleh Dinas Perhubungan Aceh dalam memanfaatkan Instagram sebagai pusat informasi?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penulis memiliki dua tujuan pada penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Menganalisis pola pengelolaan dan penyebaran informasi oleh Dinas Perhubungan Aceh melalui akun Instagram.
2. Mengidentifikasi kendala internal dan eksternal yang dihadapi serta peluang yang dapat dioptimalkan oleh Dinas Perhubungan Aceh dalam memanfaatkan Instagram sebagai pusat informasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi pemerintah dan media sosial. Hasil penelitian akan memperkaya literatur mengenai strategi komunikasi digital instansi publik, efektivitas platform media sosial (khususnya Instagram) sebagai kanal informasi resmi, serta studi tentang persepsi publik terhadap informasi yang disebarkan melalui media digital. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar empiris untuk pengembangan model komunikasi pemerintah di era digital.

2. Manfaat Praktis

- a. **Bagi Dinas Perhubungan Aceh:** Memberikan data dan analisis yang valid mengenai performa akun Instagram mereka sebagai pusat informasi. Rekomendasi yang dihasilkan dapat menjadi panduan konkret untuk menyempurnakan strategi konten, meningkatkan interaksi, mengatasi kendala, dan mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur Instagram demi pelayanan informasi yang lebih baik.
- b. **Bagi Masyarakat:** Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya informasi perhubungan, serta memberikan gambaran tentang bagaimana mereka dapat secara efektif mengakses informasi tersebut melalui kanal digital yang disediakan pemerintah.
- c. **Bagi Peneliti Lain:** Penelitian ini dapat menjadi referensi dan pijakan awal bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada komunikasi digital instansi pemerintah, studi kasus media sosial di sektor publik, atau penelitian serupa di wilayah geografis atau instansi yang berbeda.

E. Definisi Operasional

1. Instagram

Secara bahasa, Instagram adalah gabungan dari kata "Instan" (seperti kamera instan) dan "Gram" (dari telegram), yang berarti mampu mengirimkan foto secara instan. Secara istilah, Instagram adalah aplikasi media sosial untuk berbagi foto dan video, yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menambahkan filter, dan membagikannya ke sesama

pengguna atau platform lain.²² Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang sangat banyak digunakan pada saat ini karena penyebaran informasi yang cepat dan akurat sehingga banyak yang menggunakan dan membaca informasi di media sosial instagram.²³

Instagram tidak hanya digunakan oleh personal untuk saat ini instagram juga banyak digunakan oleh kelompok organisasi seperti organisasi mahasiswa, instansi pemerintah dan juga kelompok-kelompok bisnis seperti online shop untuk online marketing dan sebagainya.²⁴

2. Dinas Perhubungan

Banyaknya sudut pandang tentang makna informasi yang ditelaah di atas mengantarkan seseorang pada kesimpulan bahwa informasi adalah sesuatu yang mengandung makna dan sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan. Karena informasi harus benar-benar tanpa kesalahan yang menipu dan mengandung nilai penuh, yaitu akurat, tepat waktu, dan relevan.²⁵

Informasi memiliki berbagai macam-macam arti dan makna seperti yang terdapat dalam berbagai literatur. Berbagai perbedaan pengertian

²² Hanafiah, Anisa Nur, Yulianti Fajar Wulandari, And Sultan Himawan. "Peran Konten Edukatif Di Instagram Dalam Memotivasi Tugas Akhir Mahasiswa." *Brand Communication* 3.3 (2024): 287-299.

²³ Damayanti, Alfira, Isniyunisafna Diah Delima, And Ari Suseno. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Rumahkimkotatangerang)." *Jurnal Pikma: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 6.1 (2023): 173-190.

²⁴ Damayanti, Dyah. *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Industri Rumah Pada Kaika Donat*. Diss. Stie Pembangunan Tanjungpinang, 2022.

²⁵ Andaryanto, Andaryanto, Jeffri Wahyu Santoso, And Agung Winarno. "Prinsip Dan Peran Logika Sebagai Dasar Penalaran Ilmiah Di Era Informasi." *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* 3.4 (2024): 189-198.

informasi tersebut diantaranya menurut Estabrook dalam Yusup menyatakan bahwa informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat.²⁶ Sementara itu Menurut Lasa Hs bahwa informasi adalah suatu berita, peristiwa, data, maupun Literatur. Menurut Jogiyanto Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna bagi 20 para pemakainya. Sementara menurut Sutabri Informasi adalah data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu dan keputusan mendatang.²⁷

3. Analisis Penggunaan

Analisis Kata “analisis” merupakan kata benda (nomina) yang berasal dari bahasa Yunani “analisis,” yang berarti pemecahan atau penguraian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), analisis didefinisikan sebagai penyelidikan terhadap suatu masalah untuk memahami unsur-unsur pembentuknya.²⁸

Analisa “Analisa” sebenarnya merupakan bentuk tidak baku dalam bahasa Indonesia. Kata ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari atau dalam berbagai tulisan, tetapi dalam kaidah bahasa Indonesia yang benar, kata yang tepat adalah “analisis.”

²⁶ Mesti, Handayani. *Pemanfaatan Chatgpt Dalam Penelusuran Informasi Mahasiswa Fakultas Adab Uin Raden Intan Lampung*. Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2025.

²⁷ Wahyuni, Sri. "Sistem Informasi Penjualan Kursi Bambu Furniture Medan Berbasis Web." *Warta Dharmawangsa* 16.3 (2022): 591-602.

²⁸ Putra, Andi Rangga Mandala. , *Analisis Maslahat Dan Mafsadat Terhadap Pembatasan Jam Pekerja Harian Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Parepare*. Diss. Iain Pare Pare, 2022.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah instrumen penting bagi penulis dalam mengkaji pembahasan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Penulis menggunakan penelitian terdahulu bertujuan untuk menguatkan bahwa pembahasan dan penelitian yang saat ini dilakukan memiliki unsur *novelty* (kebaruan) yang sama sekali belum pernah diteliti sebelumnya dan untuk menghindari kesamaan penulisan dengan penulis lain.²⁹ Selain itu, penelitian terdahulu berguna menjadi sumber rujukan konsep penelitian serta informasi tambahan mengenai penelitian yang penulis lakukan sendiri.

Berdasarkan hasil penulisan yang telah penulis lakukan, terdapat beberapa kajian yang telah mengeksplorasi dan membahas secara mendetail terkait efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat secara cepat dan akurat. Beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, yaitu:

²⁹ Haqqi, Athiatul. "Unsur Kebaruan (Novelty) Dalam Penelitian: Sebuah Kajian Literatur Tentang Implementasi Kebaruan Dalam Sebuah Penelitian." *Nazharat: Jurnal Kebudayaan* 29.2 (2023): 221-230.

1. Penelitian tentang media sosial pemerintah

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Novita Dwi Putri Cahyani, dkk³⁰, dengan judul penelitian “Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi publik di Direktorat Jendral Kekayaan Negara Jawa Barat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial Instagram dalam komunikasi publik Direktorat Jendral Kekayaan Negara (DJKN) Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik melalui Instagram berperan secara signifikan dalam meningkatkan transparansi dan aksesibilitas informasi publik kepada masyarakat. Interaksi aktif antara instansi DJKN dan masyarakat melalui fitur komentar dan pesan langsung juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan pemerintah.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada penggunaan metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan analisis akun instagram pemerintah. Selain itu, kajian yang dilakukan memiliki unsur yang sama yaitu menjadikan Instagram sebagai komponen utama dalam komunikasi publik pemerintah terhadap masyarakat. Perbedaan penelitian terletak pada objek kajian DJKN yang merupakan sektor yang membicarakan transparansi dan akuntabilitas bidang ekonomi, sedangkan penulis merujuk pada objek penelitian Dinas Perhubungan yang bersifat lebih teknis yaitu pelayanan publik.

³⁰ Cahyani, Putri, N, D, Dkk. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Publik Di Direktorat Jendral Kekayaan Negara Jawa Barat, Bina Sarana Informatika: Jawa Barat.

2. Penelitian tentang Instagram sebagai media informasi

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nadya Indah Triani dan Amirudddin Saleh dengan judul “Pemanfaatan media sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebagai media informasi masyarakat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *platform* Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat dengan cepat dan luas, namun tantangan tetap terlihat dalam aspek keterbatasan SDM dan anggaran pemerintah dalam mengelola konten akurat serta *responsivitas* publik yang rendah.

Persamaan penelitian ini terdapat pada bagian pengelolaan *platform* Instagram sebagai penyalur informasi publik serta mengkaji keterbatasan atau kendala yang dihadapi selama proses berlangsung. Sedangkan perbedaan terletak pada cakupan tujuan informasi publik itu disampaikan, maksudnya Dinas Komunikasi dan Informatika hanya memberikan data yang telah di analisa secara akurat sebagai bahan informasi, bukan data teknis lapangan seperti Dinas Perhubungan.

3. Posisi penelitian dan *research gap*

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Vika Yustia, Ichsan Widi Utomo dan Rindana Intan Emelia berjudul “Pemanfaatan Instagram sebagai sarana informasi publik humas badan kebijakan transportasi Kementerian Perhubungan”. Untuk mengkaji hambatan serta tantangan Humas Baketrans dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana informasi publik, terdapat 4 proses kerja dalam mengelola informasi di Instagram yang harus dilalui,

yaitu pencarian fakta, perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan secara terstruktur sebagai media penyampaian informasi kebijakan transportasi, meskipun interaksi dengan publik masih relatif terbatas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan berupa: meneliti Instagram sebagai instrumen utama media informasi publik, pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, meneliti sektor yang sama (Transportasi) dan mengkaji kendala yang sama dalam pemanfaatan Instagram. Perbedaan nya cakupan informasi dan objek penelitian yang dilakukan ber-skala nasional, sedangkan penulis hanya melakukan penelitian pada sektor daerah.

4. Penelitian tentang Media Sosial Instagram sebagai pusat Informasi

Penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Fikri dengan judul “Media Sosial Instagram sebagai Pusat Informasi Kota Bandung” oleh Miftahul Fikri menunjukkan bahwa Instagram @humas_bandung berperan sebagai pusat informasi Kota Bandung.³¹ Akun tersebut secara aktif digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai berbagai peristiwa, kegiatan, serta edukasi publik yang berkaitan dengan kondisi di Kota Bandung. Hasil penelitian juga menegaskan bahwa media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi

³¹ Miftahul Fikri, “Media Sosial Instagram sebagai Pusat Informasi Kota Bandung: (Analisis Isi pada Akun @humas_bandung),” *CONTENT Journal of Communication Studies*, Vol. 2, No. 1 (May 2024), hlm. 12–20.

media informasi publik yang efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas dan cepat melalui konten digital yang dipublikasikan secara konsisten.

Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang sama-sama membahas pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi publik oleh instansi pemerintah. Kedua penelitian juga memiliki kesamaan dalam melihat peran Instagram sebagai sarana komunikasi resmi yang digunakan untuk mendukung transparansi informasi kepada masyarakat. Perbedaan penelitian terletak pada objek dan ruang lingkup kajian, di mana penelitian Miftahul Fikri berfokus pada akun Humas Kota Bandung dengan pendekatan analisis isi, sedangkan penelitian yang dilakukan pada Dinas Perhubungan Aceh lebih menitikberatkan pada analisis pola pengelolaan informasi, kendala internal dan eksternal, serta peluang optimalisasi penggunaan Instagram sebagai pusat informasi di bidang transportasi daerah.

5. Pemanfaatan Media Sosial Instagram

Penelitian yang dilakukan oleh Nadya Indah Triani dan Amirudddin Saleh dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebagai Media Informasi Masyarakat” oleh Nadya Indah Triani dan Amirudddin Saleh³² menjelaskan bahwa penggunaan Instagram oleh Diskominfo Kota Sukabumi merupakan bagian dari strategi komunikasi publik pemerintah

³² Nadya Indah Triani dan Amirudddin Saleh, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebagai Media Informasi Masyarakat,” *PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi)*, Vol. 11, No. 2 (Desember 2025), hlm. 484–507.

dalam menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki berbagai fungsi penting, seperti media penyebaran informasi publik dan literasi digital, sarana interaksi dan layanan masyarakat, media publikasi kreatif pemerintah, serta alat evaluasi keterlibatan publik. Penelitian tersebut juga menemukan beberapa kendala utama, yaitu keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, kesulitan dalam pemilihan serta verifikasi konten, dan rendahnya partisipasi masyarakat. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut meliputi optimalisasi pembagian tugas, peningkatan kolaborasi, penerapan sistem verifikasi berlapis, serta pengembangan konten yang lebih kreatif dan interaktif.

Persamaan penelitian ini terdapat pada fokus kajian yang sama-sama membahas pemanfaatan Instagram oleh instansi pemerintah sebagai media penyebaran informasi publik. Kedua penelitian juga mengkaji efektivitas media sosial dalam meningkatkan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat serta melihat adanya tantangan dalam pengelolaan konten dan keterlibatan publik. Perbedaan penelitian terletak pada objek kajian, di mana penelitian Triani dan Saleh berfokus pada Diskominfo Kota Sukabumi dengan pendekatan analisis pemanfaatan media dan teori media baru, sedangkan penelitian yang dilakukan pada Dinas Perhubungan Aceh lebih menitikberatkan pada analisis penggunaan Instagram sebagai pusat informasi di bidang transportasi, termasuk pola

pengelolaan informasi, kendala internal-eksternal, serta peluang optimalisasi.

B. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan suatu konsep yang menggambarkan upaya penyampaian pesan dari suatu kelompok atau organisasi yang ditujukan kepada pihak internal organisasi, organisasi lainnya maupun khalayak umum.³³ Menurut Goldhaber, Komunikasi organisasi mencakup aliran pesan yang terjadi di dalam organisasi dan antara organisasi dengan lingkungannya³⁴. Komunikasi organisasi tidak hanya berlaku antar sesama internal organisasi tapi juga melibatkan pihak eksternal sebagai penyeimbang. Hal ini dikarenakan karakteristik komunikasi organisasi selalu berkaitan erat dengan pertukaran pesan, dengan kata lain setiap pesan yang sebelumnya disampaikan pihak organisasi mengharapkan adanya umpan balik atau *feedback*. Karena setiap pesan yang disampaikan dalam komunikasi organisasi memberikan ruang untuk adanya tanggapan lanjutan, ini memungkinkan organisasi mengetahui bagaimana pesan dipahami serta bagaimana organisasi perlu menyesuaikan informasi yang disampaikan kedepannya.

Konsep tersebut sejalan dengan pendapat Pace & Faules (2001)

komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan yang

³³ Asri, Ispawati. "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administasi Kemennterian Agama Ri." *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 27.3 (2022): 267-285.

³⁴ Goldhaber, G. M, 1993, *Organizational Communication*. New York: Mc Graw.

berlangsung dalam suatu hubungan yang saling bergantung³⁵. Karena itu komunikasi organisasi tidak lepas dari konteks relasional organisasi sebagai tempat pesan diproduksi, disampaikan dan diterima. Konteks korelasional ini bertujuan untuk mencapai pemahaman yang sama antara apa yang disampaikan organisasi dengan apa yang dibutuhkan oleh penerima informasi. Sehingga diharapkan kesepahaman ini dapat menjadi instrumen kunci dalam pemenuhan kepentingan bersama. Berdasarkan definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi tidak hanya bersifat satu arah, namun dibutuhkan respon dua arah untuk mengimplementasikan dasar teori komunikasi organisasi.

Adapun menurut Alo Liliweri dalam Ruliana (2014)³⁶ menyatakan bahwa terdapat empat tujuan yang menjadi dasar komunikasi organisasi, yaitu:

- 1) Menyampaikan pikiran, komunikasi yang terjadi bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mampu menyelaraskan ide, gagasan atau pendapat individu untuk kepentingan pengambilan keputusan yang di dasari pada pertimbangan dan obervasi matang.
- 2) Membagi informasi, komunikasi ditujukan sebagai pembentuk persepsi dan pemahaman dari setiap individu yang terlibat sehingga menciptakan kondisi kesepahaman kolektif, yang kemudian memberikan dampak pada hasil pencapaian target.

³⁵ Pace R. Wayne & Faules Don F. 2001. Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Pt. Remaja Rosdakarya.

³⁶ Ruliana, Poppy. 2014. Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus: Komponen Komunikasi Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- 3) Menyatakan perasaan, poin ini menekankan pada pendekatan emosional yang dimana setiap individu yang terlibat dapat menyampaikan setiap opininya berdasarkan perasaan masing-masing, kondisi psikologis setiap individu menjadi penting dalam menjalankan organisasi.
- 4) Melakukan koordinasi, disinilah komunikasi menunjukkan tahap lanjutan dari organisasi berjalan secara profesional, komunikasi membentuk persepsi individu yang kemudian menjadi bahan penggerak sebagai satu sistem yang sama dan terkoordinir.

Dengan adanya komunikasi yang baik dalam organisasi tujuan organisasi dapat diartikan berupa kebijakan, tindakan dan aktivitas yang terkoordinasi (selaras), ini akan menunjukkan hasil dari sejauhmana komunikasi organisasi berjalan secara optimal atau tidak. Ini sejalan dengan pendapat M.T Myers & G.E Myers (2007)³⁷ yang menyatakan bahwa Komunikasi memungkinkan seseorang untuk melakukan koordinasi terkait kegiatan dengan orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Walaupun komunikasi organisasi yang mengedepankan pertukaran pesan terlihat efektif jika di implementasikan, akan tetapi terdapat beberapa hambatan atau kendala yang juga penting untuk diamati dalam mempelajari pola komunikasi organisasi. Menurut Robbins dalam Masmuh (2013)³⁸ terdapat 4 hambatan utama dalam proses komunikasi organisasi, yaitu:

- 1) Penyaringan Informasi (*Filtering*)

³⁷ Myers & Myers. 1987. Teori-Teori Manajemen Komunikasi. Bahana Aksara Jakarta.

³⁸ Masmuh, Abdullah. 2013. Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktek. Malang: Umm Press.

Robbins dalam Masmuh (2013)³⁹ menjelaskan bahwa penyaringan dilakukan agar pesan yang disampaikan terlihat lebih sesuai dengan harapan atau kepentingan tertentu, akibatnya informasi yang diterima tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Dapat diartikan bahwa terdapat upaya manipulasi atau perubahan yang dilakukan pada pesan yang disampaikan untuk memenuhi ekspektasi penerima, sehingga pesan yang tersampaikan terasa lebih sesuai. Tentunya hal ini merusak kredibilitas dan akurasi data dari informasi yang disajikan.

2) Persepsi Selektif (*Selective Perception*)

Persepsi selektif biasanya terjadi pada penerima pesan (komunikon), terjadinya proses dimana pesan “utuh” yang disampaikan hanya diambil beberapa bagiannya saja sesuai kepentingan atau pemahaman komunikon, sehingga informasi yang konkrit sebelumnya hanya akan menghasilkan penafsiran berbeda atau bahkan pergeseran makna yang signifikan.

3) Perasaan atau Emosi

Perasaan individu pada saat menyampaikan pesan maupun menerima pesan akan memiliki makna yang berbeda di setiap kondisinya, contohnya informasi yang diterima seseorang ketika sedang marah akan lebih mudah menyinggung dibandingkan ketika informasi diterima pada saat bahagia.

4) Bahasa

Penggunaan bahasa dalam menyampaikan dan menerima pesan informasi juga menjadi hambatan tersendiri dalam komunikasi organisasi, karena

³⁹ Masmuh, Abdullah. 2013. Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktek. Malang: Umm Press.

pemaknaan setiap kata pada setiap orang dapat berbeda. Hal ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, budaya dan lain sebagainya yang menyebabkan pesan tidak dapat dimaknai secara utuh, sehingga akan lahir disinformasi atau miskonsepsi antara komunikator dan komunikan.

2. Indikator Komunikasi Organisasi

Indikator dalam komunikasi organisasi berfungsi sebagai pisau bedah dalam mengamati, mengukur dan menganalisis secara sistematis semua unsur dan proses dalam menerapkan komunikasi organisasi. Dengan adanya indikator dalam penelitian memungkinkan penelitian dikaji dan dipahami secara lebih terukur dan terstruktur, tanpa adanya indikator komunikasi organisasi hanya dipahami berdasarkan konsep normatif bukan sebagai proses organisasi yang di sandarkan pada proses nyata. Berdasarkan kajian literatur, indikator dalam komunikasi organisasi dapat dipahami dengan 4 komponen utama, sebagai berikut:

1) Pengelolaan Informasi

Komunikasi organisasi menggambarkan penciptaan, penyusunan dan pemaknaan pesan sebagai aspek fundamental, karena setiap pesan tidak muncul secara alami dan spontan begitu saja. Setiap bagian dari pesan merupakan orisinalitas yang dibentuk secara sengaja, memiliki struktur yang jelas dan memiliki orientasi nyata untuk di aplikasikan. Hal ini sejalan dengan pemikiran Pace dan Faules (2001) yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses penciptaan pesan (message creation)⁴⁰.

⁴⁰ Pace R. Wayne & Faules Don F. 2001. Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Pt. Remaja Rosdakarya.

Pesan tidak muncul begitu saja, selalu ada proses panjang di baliknya sehingga pesan tersebut bisa digunakan. Akan selalu ada proses seleksi informasi, pengolahan informasi hingga kemudian informasi itu di olah sesuai kebutuhan organisasi sebelum akhirnya disampaikan kepada target komunikan yang memiliki kriteria sesuai. Dengan kata lain, proses pengelolaan informasi dapat dipahami sebagai hasil kontruksi organisasi. Kesimpulan ini di perkuat oleh Pandangan ini diperkuat oleh pendapat Effendy (2003) yang menegaskan bahwa komunikasi dalam organisasi berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi⁴¹. Dengan demikian, semakin baik organisasi mengelola informasi yang akan disampaikan, berbanding lurus dengan hasil yang akan diperoleh.

2) Penyebaran Informasi

Konsep utama dalam komunikasi organisasi adalah pertukaran pesan, untuk mencapai interaksi informasi ini dibutuhkan adanya penyebaran informasi yang dilakukan secara masif. Penyebaran informasi tidak hanya meliputi pada lingkungan internal organisasi, namun juga harus meliputi skala yang lebih luas dengan melibatkan pihak eksternal. Menurut Goldhaber (1993) komunikasi organisasi mencakup aliran pesan yang terjadi di dalam organisasi dan antara organisasi dengan lingkungannya⁴². Maksud aliran pesan dalam konteks ini adalah bagaimana informasi yang sebarakan organisasi tidak hanya bersifat satu

⁴¹ Effendy, Onong Uchayana. 2003. Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi, Citra Aditya Bakti, Bandung.

⁴² Goldhaber, G. M. (1993) Organizational Communication. New York: Mc Graw Hill.

arah, namun harus mendapatkan umpan balik dari pihak eksternal sebagai bentuk komunikasi organisasi dua arah.

Penyebaran informasi memerlukan instrumen yang luas, karena penyebaran tersebut tidak hanya dimaksudkan pada seberapa masif informasi tersebar. Tapi juga memerhatikan aspek hubungan interaktif organisasi dengan pihak eksternal, meliputi bagaimana informasi itu diterima dan respon eksternal terhadap informasi tersebut. Penting untuk di ingat bahwa organisasi membutuhkan lingkungan yang lebih luas untuk menjaga keberlangsungan nya. Oleh karena itu, penyebaran informasi dan *feedback* yang di terima dapat menjadi cerminan organisasi itu di terima dengan baik di lingkungan sosial atau malah sebaliknya.

3) Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi atau media komunikasi menjadi aspek krusial bagi organisasi sebagai komunikator untuk terhubung dengan komunikan nya. Pace dan Faules (2001) menyatakan bahwa pertukaran pesan dalam organisasi berlangsung melalui saluran-saluran komunikasi tertentu⁴³. Pemilihan media dapat menunjukkan sejauhmana efektifitas organisasi dalam menerapkan strategi komunikasi organisasi nya. Pemilihan media yang salah dapat menimbulkan efek jangka panjang yang dapat menyebabkan komunikasi terhambat atau gagal sepenuhnya. Effendy (2003) menegaskan keberhasilan penyampaian pesan sangat bergantung pada kesesuaian pemilihan saluran komunikasi dengan jenis

⁴³ Pace R. Wayne & Faules Don F. 2001. Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Pt. Remaja Rosdakarya.

pesan dan karakteristik penerima pesan⁴⁴. Pemilihan media komunikasi dapat berupa media formal seperti koran, majalah, laporan, dsb, serta media non formal seperti media digital atau media sosial.

4) Arah dan Pola Komunikasi

Indikator ini melihat pada aspek teknis bagaimana alur pesan yang disampaikan berlangsung. Alur dan pola komunikasi disebut efektif apabila unsur interaksi yang terjadi antara komunikator dan komunikan berlangsung timbal balik, atau harus berlangsung dua arah. Robbins (2006) menyatakan arah komunikasi dalam organisasi dengan membedakan antara komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah⁴⁵. Komunikasi satu arah hanya dapat digunakan pada pesan dengan unsur penyampaian pesan tanpa mengharapkan umpan balik. Sedangkan komunikasi dua arah menekankan pentingnya umpan balik (*feedback*) yang diperoleh organisasi setelah pesan disampaikan. Alur komunikasi dua arah juga menjadi pertanda awal bahwa organisasi telah berada di jalan yang benar dalam menerapkan komunikasi organisasi secara efektif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke empat indikator dalam komunikasi organisasi tersebut tidak hanya aktivitas teknis prosedural organisasi. Namun juga menunjukkan bahwa dalam menerapkan pola komunikasi organisasi harus berdasarkan sistem yang terstruktur, strategis,

⁴⁴ Effendy, Onong Uchayana. 2003. Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi, Citra Aditya Bakti, Bandung.

⁴⁵ Robbins, P. Stephen. 2006. Perilaku Organisasi. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Pt. Indeks Kelompok Gramedia.

normatif dan menunjukkan esensi dari komunikasi organisasi itu sendiri sebagai proses pertukaran informasi tingkat tinggi.

C. Komunikasi Pemerintahan

1. Pengertian Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah adalah proses di mana pesan, informasi, dan kebijakan disampaikan oleh pemerintah kepada masyarakat atau antar instansi pemerintah untuk mencapai tujuan dalam administrasi pemerintahan.⁴⁶ Dalam hal ini, komunikasi memiliki peran tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai cara untuk menjalin hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Komunikasi pemerintahan meliputi berbagai jenis interaksi, baik yang vertical antara pemerintah dan masyarakat, maupun yang horizontal antar lembaga pemerintah. Dengan adanya komunikasi yang baik, pemerintah dapat menjelaskan kebijakan, program, dan berbagai informasi publik dengan cara yang jelas serta mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, komunikasi pemerintahan juga penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah. Oleh karena itu, komunikasi pemerintahan menjadi salah satu aspek krusial dalam mendukung pembentukan pengelolaan pemerintahan yang baik, transparan, dan peka terhadap kebutuhan masyarakat.

⁴⁶ Sari, Delia Ayu Puspita, Mohammad Insan Romadhan, And Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana. "Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya Dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya Kepada Masyarakat." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4.2 (2022): 212-222.

Komunikasi di institusi publik memiliki sasaran pokok agar semua kebijakan, program, dan layanan dari pemerintah dapat dipahami dan diakses oleh masyarakat secara luas. Dengan komunikasi yang tepat, instansi pemerintah dapat menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan tepat pada waktunya kepada masyarakat.⁴⁷ Selain itu, komunikasi juga berperan penting sebagai alat koordinasi antar berbagai instansi pemerintah dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka masing-masing. Dalam kenyataannya, komunikasi dalam lembaga publik juga bertujuan untuk menciptakan citra positif pemerintah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendorong keterlibatan publik dalam berbagai program pembangunan. Fungsi lainnya adalah sebagai sarana edukasi bagi masyarakat tentang kebijakan pemerintah dan berbagai layanan publik yang ada. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif di lembaga publik dapat berkontribusi untuk meningkatkan kualitas layanan publik serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.⁴⁸

2. Peran Komunikasi dalam Pelayanan Publik

Dalam layanan publik, komunikasi berperan krusial sebagai alat untuk keterbukaan informasi antara pemerintah dan rakyat. Keterbukaan informasi berarti pemerintah memberikan akses yang luas kepada berbagai informasi mengenai kebijakan, program, dan layanan yang disediakan untuk

⁴⁷ Irawan, Enjang Pera, Et Al. *Komunikasi Pelayanan Publik*. Star Digital Publishing, 2025.

⁴⁸ Akhyar, Akhyar. "Kualitas Pelayanan Publik: Suatu Tinjauan Mengenai Kepuasan Masyarakat." *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi* 6.2 (2023): 103-113.

masyarakat.⁴⁹ Melalui komunikasi yang terbuka, masyarakat bisa memahami dengan baik proses, prosedur, dan kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah. Ini sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Selain itu, keterbukaan informasi juga dapat memperbaiki kualitas layanan publik karena masyarakat dapat memberikan umpan balik maupun kritik terhadap kinerja pemerintah. Dengan adanya komunikasi yang transparan dan terbuka, pemerintah dapat menunjukkan keseriusannya dalam menerapkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik.

Interaksi juga memegang peranan utama dalam memperkuat akuntabilitas dan keterlibatan masyarakat dalam administrasi pemerintahan. Dalam hal ini, akuntabilitas berarti pemerintah harus menjelaskan dan menjawab setiap kebijakan serta tindakan yang diambil kepada publik. Melalui komunikasi yang baik, pemerintah dapat memberikan informasi mengenai kinerja, penggunaan dana, serta hasil dari berbagai inisiatif yang telah dilakukan. Selanjutnya, komunikasi yang efektif juga menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk aktif berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan penilaian kebijakan publik.⁵⁰ Keterlibatan masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai cara, seperti mengungkapkan pendapat, memberikan kritik dan saran, serta berpartisipasi dalam program-program

⁴⁹ Fatahillah, Dhea Susan Safirah Achmad. *Penerapan Open Government Dalam Keterbukaan Informasi Publik Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar= The Implementation Of Open Government In Public Information Disclosure At The Makassar City Communication And Informatics Agency*. Diss. Universitas Hasanuddin, 2025.

⁵⁰ Supriyanto, Dedi, Nuryanti Nuryanti, And Agoeng Noegroho. "Media Sosial Dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.4 (2024): 7796-7810.

pemerintah. Oleh karena itu, komunikasi menjadi alat penting untuk menciptakan hubungan yang lebih demokratis antara pemerintah dan masyarakat.

3. Komunikasi Digital dalam Pemerintahan

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara pemerintah berinteraksi dengan rakyat. Di zaman digital saat ini, komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah tidak hanya terbatas pada media tradisional seperti surat kabar, televisi, atau radio, tetapi juga meliputi berbagai platform online.⁵¹ Perubahan ini memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan informasi dengan lebih cepat, luas, dan efektif kepada masyarakat. Di samping itu, pemanfaatan teknologi digital memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat langsung dengan pemerintah melalui berbagai saluran komunikasi di internet. Dengan adanya pergeseran menuju komunikasi digital, pemerintah dapat meningkatkan efektivitas dalam menyebarkan informasi serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam berbagai program pemerintah.⁵² Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital menjadi salah satu strategi yang krusial untuk meningkatkan kualitas komunikasi pemerintah di zaman sekarang.

⁵¹ Kusuma, Doddie Arya, Musfi Yendra, Riswanto Bakhtiar, M. Takdir, And Emi Handrina. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital." *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian* 5, No. 1 (2024): 23-32.

⁵² Sari, Jayanti Armida, And Bambang Agus Diana. "Dampak Transformasi Digitalisasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 9, No. 2 (2024): 88-96.

Salah satu cara penerapan komunikasi digital dalam sektor pemerintahan adalah dengan menggunakan sistem e-government serta media sosial resmi dari instansi pemerintah. E-government adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi demi meningkatkan kualitas layanan publik, efisiensi dalam administrasi, dan transparansi informasi untuk masyarakat.⁵³ Dengan sistem ini, berbagai layanan publik bisa diakses secara daring, sehingga memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi dan layanan dari pemerintah. Selain itu, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter juga berfungsi sebagai alat yang efektif bagi pemerintah untuk menginformasikan kepada masyarakat dengan cepat dan interaktif. Pemanfaatan media sosial memungkinkan pemerintah untuk menjangkau khalayak yang lebih luas serta menciptakan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.⁵⁴ Oleh karena itu, penggunaan e-government dan media sosial menjadi komponen penting dalam strategi komunikasi pemerintahan di zaman digital ini.

D. Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Publik

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan penggunaannya untuk menciptakan, membagikan, dan menukar informasi

⁵³ Heriyanto, H., 2022. Urgensi Penerapan E-Government Dalam Pelayanan Publik. *Musamus Journal Of Public Administration*, 4(2), Pp.129-138.

⁵⁴ Zuhra, Arummaisya Rosdiana, And Ika Sartika. "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial@ Diskominfo kabogor." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 7.2 (2025): 329-335.

dalam bentuk teks, gambar, video, atau audio secara cepat dan luas.⁵⁵ Media sosial menyediakan kesempatan bagi individu maupun organisasi untuk berinteraksi secara langsung tanpa adanya batasan geografis atau waktu. Salah satu ciri utama dari media sosial adalah adanya partisipasi aktif dari pengguna dalam menghasilkan dan menyebarkan konten. Selain itu, media sosial bersifat terbuka, sehingga memungkinkan siapa pun untuk mengakses informasi yang ada di dalamnya. Ciri lainnya adalah adanya interaktivitas yang memungkinkan komunikasi dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Media sosial juga memiliki kemampuan untuk menyebarluaskan informasi dengan cepat melalui jaringan pengguna yang besar. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi publik di zaman digital ini.

Media sosial menunjukkan sejumlah perbedaan krusial dibandingkan dengan media tradisional seperti koran, radio, dan televisi. Media tradisional umumnya beroperasi dalam satu arah, di mana informasi dikirim dari pengirim ke audiens tanpa adanya umpan balik langsung. Sebaliknya, media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pengirim pesan dan audiens.⁵⁶ Selain itu, media konvensional biasanya menjalani proses pembuatan dan distribusi informasi yang lebih lama serta memerlukan anggaran yang cukup besar. Di sisi lain, media sosial memfasilitasi

⁵⁵ Qadir, A. And Ramli, M., 2024. Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), Pp.2713-2724.

⁵⁶ Fadila, R.N., Rahma, M.A., Trisnawati, T., Astuti, H.F.W., Ahmad, R.H., Fuadin, R.F., Barokah, P.R. And Fisya'bani, F., 2024. Media, Komunikasi, Dan Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan.

penyebaran informasi dengan lebih cepat, lebih mudah, dan dengan biaya yang lebih rendah. Perbedaan lain terletak pada tingkat keterlibatan pengguna, di mana media sosial memberi peluang kepada masyarakat untuk berkontribusi dalam membuat dan menyebarkan konten. Dengan demikian, media sosial menjadi alat komunikasi yang lebih luwes, interaktif, dan berkembang dibandingkan dengan media tradisional.

2. Fungsi Media Sosial dalam Komunikasi Publik

Salah satu peran penting media sosial dalam komunikasi publik adalah sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Melalui platform media sosial, baik lembaga pemerintah maupun organisasi dapat menginformasikan berbagai hal penting seperti kebijakan, program, pengumuman, dan layanan publik dengan cepat dan luas.⁵⁷ Media sosial memungkinkan akses informasi tersebut oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet. Selain itu, penggunaan media sosial juga memungkinkan penyampaian informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, infografis, dan video, sehingga lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.⁵⁸ Dengan demikian, media sosial berpotensi meningkatkan efektivitas dalam penyebaran informasi publik dan

⁵⁷ Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92-101.

⁵⁸ Olvah, M., Alfian, M., Nusantara, T., Suyitno, I., & Anggraini, A. E. (2024). Pemanfaatan Berbagai Media Dalam Pembelajaran Untuk Meningkatkan Literasi Siswa Dalam Perspektif Multimodal Literacy. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6391-6398.

membantu masyarakat untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lebih gampang.

Selain berfungsi sebagai sumber informasi, platform media sosial juga bertindak sebagai alat untuk interaksi dan umpan balik antara pemerintah dan publik. Melalui fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan reaksi terhadap konten yang ditayangkan, masyarakat bisa menyampaikan pendapat, kritik, dan saran mengenai kebijakan atau program yang diajukan oleh pemerintah.⁵⁹ Ini memfasilitasi komunikasi dua arah yang lebih terbuka dan jelas. Interaksi yang terjadi di media sosial juga dapat membantu pemerintah dalam mengenali kebutuhan dan harapan masyarakat dengan lebih langsung. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan dalam penyebaran informasi, tetapi juga sebagai jembatan untuk memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Media sosial mempunyai fungsi yang signifikan dalam pembentukan citra atau reputasi suatu lembaga di hadapan publik. Dengan pengelolaan konten yang tepat dan berkelanjutan, lembaga pemerintah bisa menciptakan citra yang baik, profesional, dan peka terhadap aspirasi masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat mencerminkan kinerja, program, dan pencapaian yang diraih oleh suatu lembaga.⁶⁰ Selain itu, komunikasi yang baik dengan masyarakat lewat media sosial juga

⁵⁹ Putra, Leonardi Dwi. *Analisa Konten Media Sosial Instagram@ Folkative Dalam Membentuk Opini Publik*. Diss. Kodeuniversitas041060# Universitasbuddhidharma, 2024.

⁶⁰ Fauzia, H., Sejati, N. P., Fadhillah, F., & Pratiwi, R. M. (2025). Peran Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram@ Chocodot. Official Pada Pt Tama Cokelat Indonesia Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 9(1), 26-39.

mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang efisien menjadi salah satu strategi utama bagi lembaga pemerintah dalam menciptakan dan mempertahankan citra positif di kalangan masyarakat.

3. Media Sosial Pemerintah (Government Social Media)

Lembaga pemerintah memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat. Dengan media sosial, pemerintah dapat memberikan informasi terkait kebijakan, program pembangunan, dan berbagai layanan publik dengan lebih cepat serta mudah diakses oleh warga.⁶¹ Selain itu, media sosial berfungsi juga sebagai alat untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan pemerintahan. Melalui media sosial, masyarakat mendapatkan informasi secara langsung dari otoritas pemerintah, sehingga dapat mengurangi penyebaran informasi yang salah. Pemanfaatan media sosial juga memberi kesempatan bagi pemerintah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang aktif di dunia digital.

Dalam penggunaan media sosial oleh lembaga-lembaga pemerintah, ada banyak etika dan aturan yang harus diikuti agar informasi yang disampaikan tetap terjaga profesionalismenya, keakuratan, dan tanggung

⁶¹ Ulayya, Khansa Nabila, Diah Priharsari, And Andi Reza Perdanakusuma. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota Menggunakan Media Sosial Untuk Berkomunikasi Dengan Masyarakat." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 6.5 (2022): 2064-2071.

jawabnya.⁶² Pemerintah perlu memastikan bahwa setiap informasi yang dirilis melalui media sosial adalah informasi yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Di samping itu, penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah juga harus mengikuti berbagai ketentuan terkait transparansi informasi publik dan etika berkomunikasi secara digital. Pengelolaan media sosial pemerintah juga harus dilakukan dengan cara yang profesional, dengan memperhatikan pilihan kata, isi konten, serta tanggapan terhadap masyarakat. Dengan cara ini, media sosial dapat digunakan secara optimal sebagai alat komunikasi publik yang efektif dan dapat diandalkan.

E. Instagram Sebagai Media Informasi

1. Pengertian dan Karakteristik Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang berfokus pada gambar, yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto, video, dan berbagai jenis konten digital lainnya secara daring.⁶³ Banyak orang, organisasi, dan lembaga pemerintah memanfaatkan platform ini sebagai alat komunikasi dan media untuk menyebarkan informasi kepada publik. Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur yang membantu dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan interaktif. Fitur feed berfungsi untuk memposting foto atau video yang sifatnya tetap, sehingga bisa diakses oleh para pengikut akun dalam jangka waktu lama.

⁶² Prasetya, A. E., Lutfiah, R. M., Nugroho, S., Zulfa, N. I., Idamatussilmi, V., Ismail, A. F., & Saputri, B. A. (2025). *Penyiaran Publik Di Era Digital: Etika, Praktik, Dan Profesionalisme*. Penerbit Lutfi Gilang.

⁶³ Laily, Irene Mardiatul, Anita Puji Astutik, And Budi Haryanto. "Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam Di Era 4.0." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3.2 (2022): 160-174.

Fitur story memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten sementara yang hanya dapat dilihat selama 24 jam. Ada juga fitur reels yang digunakan untuk membagikan video singkat dengan format yang lebih kreatif dan mudah menjangkau lebih banyak orang. Selain itu, Instagram juga menawarkan fitur highlight, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan story agar dapat diakses kembali secara permanen. Di sisi lain, fitur live memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dan berinteraksi secara langsung dengan audiens. Semua fitur ini menjadikan Instagram sebagai platform yang ampuh untuk menyampaikan informasi dengan cara yang visual dan interaktif.

Instagram dikenal dengan ciri khas yang sangat menonjolkan elemen visual seperti gambar, video, infografis, serta desain grafis yang menarik perhatian. Hal ini menjadikan Instagram sebagai platform yang efisien untuk menyampaikan pesan dengan cara yang singkat namun tetap kaya informasi.⁶⁴ Konten visual yang menarik mampu meningkatkan ketertarikan dan perhatian audiens terhadap informasi yang disajikan. Selain itu, pengguna di Instagram sebagian besar terdiri dari orang-orang yang aktif berselancar di internet, terutama generasi muda yang sudah terbiasa mendapatkan informasi melalui gadget. Dengan fitur-fitur ini, Instagram menjadi saluran yang sangat baik bagi instansi pemerintah untuk menyampaikan informasi publik dengan cara yang lebih kreatif dan lebih

⁶⁴ Awaludin, Muhamad Ilham, And Sakundria Satya Murti Wardhana. "Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Feeds Instagram@ P3smandiri Dalam Meningkatkan Brand Awareness." *Journal Of Computer Science And Visual Communication Design* 9.2 (2024): 529-544.

mudah dipahami masyarakat. Menggunakan media visual dapat membantu merumuskan pesan yang rumit menjadi lebih jelas sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengerti informasi yang diberikan oleh suatu lembaga.

2. Instagram sebagai Media Komunikasi Institusi

Dalam dunia komunikasi institusi, Instagram berfungsi sebagai alat strategis untuk menyebarkan berbagai informasi kepada publik. Informasi yang disampaikan melalui Instagram biasanya memanfaatkan konten visual seperti gambar, infografis, ilustrasi, dan video pendek yang dirancang menarik.⁶⁵ Konten visual yang berkualitas dapat menyampaikan pesan dengan lebih efisien dibandingkan dengan teks yang panjang. Oleh karena itu, organisasi atau lembaga pemerintah perlu mengadopsi strategi komunikasi visual yang sesuai agar informasi yang disampaikan dapat mudah dipahami oleh masyarakat.⁶⁶ Strategi ini bisa meliputi penggunaan desain grafis yang jelas, bahasa yang mudah dipahami, serta penyampaian informasi yang padat dan berisi. Selain itu, konsistensi dalam memposting konten juga merupakan aspek penting agar akun Instagram lembaga mampu memberikan informasi yang relevan dan terkini kepada masyarakat.

Instagram memiliki tingkat pemakaian yang tinggi di kalangan orang-orang, menjadikannya salah satu sarana komunikasi yang ampuh

⁶⁵ Amalia, N., Marlina, M., & Asmara, R. (2025). Strategi Penyajian Informasi Publik Melalui Infografis Pada Media Sosial Diskominfo Provinsi Sumatera Barat. *Journal Net. Library And Information*, 2(2), 100-110.

⁶⁶ Nugraha, Aat Ruchiat, Diah Fatma Sjoraida, And Evi Novianti. "Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik." *Profesi Humas* 6.2 (2022): 286-310.

untuk lembaga pemerintah. Dengan menggunakan Instagram, penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat dan dapat mencapai audiens yang lebih banyak tanpa tergantung pada lokasi geografis.⁶⁷ Di samping itu, fitur interaksi seperti komentar, pesan langsung, dan reaksi terhadap konten memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat. Ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik atau pertanyaan mengenai informasi yang diberikan. Efektivitas Instagram juga dipengaruhi oleh algoritma platform yang memungkinkan konten yang menarik dapat menjangkau lebih banyak pengguna. Oleh karena itu, Instagram menjadi sarana komunikasi yang efisien bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi publik dan membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

3. Instagram sebagai Pusat Informasi

Pusat informasi digital adalah suatu sistem atau sarana yang digunakan untuk memberikan berbagai jenis informasi secara terpadu dan mudah dijangkau oleh masyarakat lewat platform digital. Dalam dunia media sosial, akun resmi milik suatu organisasi bisa berfungsi sebagai pusat informasi digital yang menyajikan berbagai informasi penting untuk masyarakat.⁶⁸ Instagram sebagai salah satu platform media sosial memiliki potensi besar untuk berperan sebagai pusat informasi digital Karena dapat

⁶⁷ Mentari, G. S. (2024). Pemanfaatan Instagram@ Diskominfo_Kotablitar Sebagai Alat Komunikasi Publik.

⁶⁸ Prihandoyo, C., Indriastuty, N., Iskandar, A., & Maharani, A. (2023). Pemanfaatan Digital Sebagai Pusat Informasi Di Desa Bangun Mulya. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (Jamie)*, 6(1), 1-10.

menyajikan informasi dengan cepat, secara visual, dan mudah diakses oleh pengguna. Dengan pengelolaan akun Instagram yang efektif, sebuah lembaga dapat menyampaikan informasi mengenai kebijakan, aktivitas, layanan publik, serta pengumuman penting kepada masyarakat. Dengan cara ini, Instagram bisa menjadi sumber informasi resmi yang dapat diandalkan oleh masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi terkait lembaga tersebut.

Agar Instagram dapat berfungsi dengan baik sebagai sumber informasi, ada beberapa standar yang perlu diperhatikan dalam pengelolaannya. Pertama, informasi yang disampaikan harus bersifat terbaru, yakni mencakup data terkini yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kedua, komunikasi harus dilakukan secara lugas dan mudah dimengerti agar masyarakat dapat memahami pesan dengan baik. Ketiga, pengelolaan konten harus dilakukan secara teratur, baik dalam hal waktu penerbitan maupun kualitas informasi yang diberikan. Keteguhan ini penting agar masyarakat dapat menganggap akun tersebut sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan. Keempat, informasi harus dapat diakses dengan mudah, sehingga masyarakat dapat dengan cepat menemukan informasi yang mereka cari melalui berbagai fitur yang ada di Instagram. Dengan memenuhi standar tersebut, akun Instagram suatu lembaga dapat

berfungsi secara maksimal sebagai sumber informasi publik untuk masyarakat.⁶⁹

F. Informasi Publik dan Keterbukaan Informasi

1. Pengertian Informasi Publik

Informasi publik adalah data yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dan disebarkan oleh lembaga pemerintah yang berkaitan dengan kegiatan pemerintahan serta kepentingan umum. Data ini harus bisa diakses oleh masyarakat sebagai wujud keterbukaan dan tanggung jawab pemerintah dalam menjalankan fungsinya. Dalam implementasinya, informasi publik dapat dibagi menjadi beberapa kategori.⁷⁰ Pertama, informasi yang harus diumumkan secara rutin, yaitu informasi yang disampaikan kepada masyarakat secara berkala, seperti laporan kegiatan dan program pemerintah. Kedua, informasi yang harus segera diumumkan, yaitu informasi yang berkaitan dengan situasi darurat atau kondisi yang dapat membahayakan keselamatan masyarakat sehingga perlu disampaikan tanpa tunda. Ketiga, informasi yang selalu tersedia, yaitu informasi yang dapat diakses oleh masyarakat kapan saja saat dibutuhkan. Dengan adanya pengelompokan ini, masyarakat bisa mendapatkan berbagai informasi yang berhubungan dengan penyelenggaraan pemerintahan dengan lebih terbuka dan teratur.

⁶⁹ Hehanussa, Auliya Usmania. *Strategi Pengolahan Konten Instagram@Ppidkotasemarang Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Bagi Masyarakat Kota Semarang*. Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024.

⁷⁰ Oktaviane, D. P., & Helmi, R. F. (2023). Peranan Teknologi Informasi Sebagai Upaya Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik. *Journal Of Public Administration And Management Studies*, 1(1), 25-29.

Hak untuk mendapatkan informasi oleh masyarakat merupakan salah satu hak fundamental dalam sistem demokrasi. Masyarakat berhak untuk mengetahui berbagai kebijakan, program, serta aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah sebagai bentuk akuntabilitas publik.⁷¹ Hak atas informasi ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi yang tepat, akurat, dan tidak menyesatkan terkait jalannya pemerintahan. Di samping itu, hak atas informasi juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam proses pengambilan keputusan dan melakukan pengawasan terhadap kebijakan yang diterapkan pemerintah. Dengan akses terhadap informasi publik, masyarakat dapat lebih memahami berbagai kebijakan yang diambil oleh pemerintah serta menilai kinerja lembaga publik dengan lebih objektif. Oleh karena itu, pemenuhan hak masyarakat untuk mendapatkan informasi menjadi salah satu indikator penting dalam menciptakan pemerintahan yang transparan dan demokratis.

2. **Keterbukaan Informasi Publik**

Prinsip keterbukaan informasi publik menekankan bahwa setiap data yang dihasilkan oleh lembaga publik pada dasarnya harus dapat diakses oleh masyarakat, kecuali untuk informasi tertentu yang diatur untuk tidak dipublikasikan sesuai ketentuan hukum. Tujuan dari prinsip keterbukaan informasi adalah untuk meningkatkan transparansi serta tanggung jawab dalam pelaksanaan pemerintahan. Dengan adanya keterbukaan informasi,

⁷¹ Ricky, R., & Rahimallah, M. T. A. (2022). Keterbukaan Informasi Publik Di Indonesia (Perspektif Akuntabilitas, Transparansi Dan Partisipasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62-75.

masyarakat dapat memahami berbagai kebijakan, program, dan penggunaan anggaran yang dilakukan oleh pemerintah.⁷² Ini juga dapat mendorong terciptanya pemerintahan yang lebih bersih dan terhindar dari penyalahgunaan kekuasaan. Selain itu, keterbukaan informasi berpotensi meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah, karena masyarakat merasa terlibat dan memperoleh akses terhadap informasi yang diperlukan.

Media sosial memegang peranan yang sangat krusial dalam mendorong keterbukaan informasi publik di zaman digital ini. Melalui media sosial, pemerintah dapat menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan cepat, luas, dan mudah dijangkau. Platform media sosial memfasilitasi penyebaran informasi publik secara real-time, sehingga masyarakat dapat segera memahami berbagai kebijakan, pengumuman, atau informasi penting lainnya.⁷³ Selain itu, media sosial juga memungkinkan terjadinya komunikasi bolak-balik antara pemerintah dan masyarakat melalui fitur komentar maupun pesan langsung. Ini memberi kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan respons, kritik, atau saran atas kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, media sosial bukan hanya alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sarana untuk memperkuat transparansi dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan.

⁷² Sapardiyono, S., Soesilo, G. B., & Santoso, A. B. (2025). Optimalisasi Keterbukaan Informasi Publik Melalui Uji Konsekuensi: Studi Penetapan Informasi Yang Dikecualikan Di Kabupaten Purworejo. *Suara Edukasi Hukum*, 1(2).

⁷³ Ulvi, L. (2024). Aksesibilitas Pengawasan Media Sosial Oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum Terhadap Pencegahan Kampanye Propaganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 9(1).

3. Informasi Transportasi sebagai Layanan Publik

Informasi transportasi adalah salah satu jenis informasi publik yang sangat esensial bagi masyarakat karena berhubungan langsung dengan aktivitas perjalanan sehari-hari. Informasi ini mencakup berbagai aspek seperti situasi lalu lintas, jadwal angkutan umum, perubahan jalur perjalanan, kebijakan terkait transportasi, hingga informasi yang berhubungan dengan keselamatan di jalan.⁷⁴ Ciri utama dari informasi transportasi adalah sifatnya yang terkini, cepat, dan relevan dengan keadaan aktual di lapangan. Informasi ini juga harus disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti agar masyarakat dapat membuat keputusan yang tepat saat melakukan perjalanan. Oleh karena itu, penyampaian informasi transportasi memerlukan saluran komunikasi yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan efektif kepada masyarakat.

Permintaan masyarakat akan informasi seputar lalu lintas dan transportasi semakin meningkat seiring dengan tingginya aktivitas masyarakat di berbagai tempat. Data yang tepat mengenai situasi lalu lintas, kemacetan, perubahan rute, serta kebijakan transportasi sangat membantu masyarakat dalam merancang perjalanan mereka.⁷⁵ Di samping itu, informasi transportasi juga berperan dalam meningkatkan keselamatan

⁷⁴ Ulvi, L. (2024). Aksesibilitas Pengawasan Media Sosial Oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum Terhadap Pencegahan Kampanye Propaganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 9(1).

⁷⁵ Brilliant, M. G., Roy Raja Sukmanta Meilala, And Delfia Herwanis. "Manajemen Transportasi: Kerugian Transportasi Akibat Kemacetan Lalu Lintas Di Aceh." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 2.4 (2024): 42-53.

pengendara dengan memberikan peringatan mengenai kemungkinan bahaya atau gangguan di jalan. Di zaman digital saat ini, orang lebih memilih untuk mendapatkan informasi transportasi melalui media daring dan media sosial karena aksesnya yang lebih cepat dan mudah. Oleh karena itu, lembaga pemerintah yang berkaitan dengan transportasi harus memanfaatkan platform digital, termasuk media sosial, sebagai cara untuk menyediakan informasi yang diperlukan masyarakat secara efektif dan tepat waktu.⁷⁶

G. Efektivitas Penyampaian Informasi melalui Instagram

1. Konsep Efektivitas Komunikasi

Kinerja komunikasi adalah ukuran seberapa berhasil suatu proses komunikasi dalam mengirimkan pesan dari pengirim kepada penerima sehingga pesan tersebut dapat dipahami dengan jelas dan memicu respons yang diinginkan. Dalam dunia komunikasi publik, kinerja komunikasi sangat vital untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan oleh suatu organisasi dapat diterima dan dimengerti oleh publik.⁷⁷ Beberapa parameter yang bisa digunakan untuk mengukur kinerja komunikasi mencakup kejelasan pesan, kecocokan media yang digunakan, dan kemampuan pesan dalam memengaruhi pemahaman atau sikap dari penerima informasi. Komunikasi dapat dianggap berhasil jika pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Di

⁷⁶ Sulistyono, Galih Adi, And Maudhy Satyadharma. "Ekonomi Berbagi Dan Disrupsi Pasar Transportasi Di Indonesia: Kajian Literatur Atas Peran Transportasi Online Dalam Transformasi Ekonomi." *Journal Of Economic And Business Advancement* 1.1 (2025): 29-40.

⁷⁷ Azhari, Munir. "Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bukhari Express." *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17.1 (2022): 71-78.

samping itu, kinerja komunikasi juga dapat diukur dari sejauh mana pesan tersebut mampu memenuhi tujuan komunikasi yang ditetapkan oleh pengirim. Dengan demikian, komunikasi yang baik akan membantu organisasi dalam menyampaikan informasi dengan tepat serta membangun hubungan yang positif dengan masyarakat.

Keberhasilan dalam menyampaikan informasi bisa dilihat dari berbagai sudut pandang yang berkaitan dengan pemahaman serta reaksi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Salah satu indikator yang menunjukkan keberhasilan komunikasi adalah sejauh mana masyarakat memahami informasi yang disampaikan oleh sebuah lembaga. Informasi yang disampaikan haruslah mudah dimengerti, terang, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, keberhasilan dalam menyampaikan informasi juga dapat diukur dari aksesibilitas informasi itu, yaitu sejauh mana informasi dapat menjangkau audiens yang lebih banyak.⁷⁸ Tanggapan masyarakat, seperti komentar, pertanyaan, atau keterlibatan terhadap informasi yang ada, juga merupakan salah satu indikator keberhasilan komunikasi. Dalam ranah media sosial, keberhasilan penyampaian informasi dapat dilihat dari seberapa banyak interaksi pengguna dengan konten yang diterbitkan. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang efektif dapat berkontribusi pada peningkatan penyampaian informasi kepada masyarakat.

⁷⁸ Janjani, Ahmad. *Komunikasi Publik Pada Program Jum'at Ngopi Di Pemerintah Kabupaten Kediri*. Diss. Iain Kediri, 2024.

2. Indikator Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi

a. Kejelasan Pesan

Kejelasan pesan adalah unsur krusial dalam menilai seberapa efektif informasi disampaikan lewat Instagram. Pesan yang disampaikan perlu ditulis dengan bahasa yang lugas, gampang dimengerti, dan tidak menimbulkan berbagai tafsiran di antara masyarakat.⁷⁹ Di samping itu, penggunaan elemen visual seperti foto, infografis, dan video juga bisa berkontribusi untuk memperjelas apa yang ingin disampaikan. Penyampaian informasi yang terang akan membantu masyarakat dalam memahami isi dan tujuan dari pesan tersebut.⁸⁰ Maka dari itu, setiap konten yang diunggah di Instagram harus dirancang dengan mempertimbangkan tata pesan yang baik agar informasi dapat diterima dengan baik oleh audiens.

b. Frekuensi dan Konsistensi Unggahan

Jumlah dan ketekunan dalam mengunggah konten juga merupakan faktor penting dalam mengevaluasi seberapa efektif Instagram berfungsi sebagai sumber informasi. Akun Instagram yang dikelola dengan baik sering kali memiliki jadwal unggahan yang tetap, sehingga masyarakat bisa terus mendapatkan informasi terbaru dari akun tersebut. Ketekunan dalam mengunggah konten juga

⁷⁹ Nisa, N. A. (2026). *Pesan Dakwah Melalui Style Hijab Natasha Risky pada Akun Instagram@ Natashariskynew* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

⁸⁰ Basiroen, Vera Jenny, Et Al. *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (Dkv)*. Pt. Green Pustaka Indonesia, 2024.

mencerminkan dedikasi suatu lembaga untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara berkesinambungan. Jika suatu akun jarang melakukan pembaruan konten, masyarakat akan cenderung melihat akun itu sebagai sumber informasi yang kurang aktif.⁸¹ Dengan demikian, jumlah unggahan yang teratur dan ketekunan dalam menyampaikan informasi menjadi hal-hal yang krusial untuk meningkatkan efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi publik.

c. Interaksi (Like, Komentar, dan Share)

Keterlibatan pengguna adalah salah satu ukuran yang dapat dipakai untuk mengevaluasi seberapa efektif informasi disampaikan lewat Instagram. Keterlibatan ini meliputi jumlah likes, komentar, dan juga pembagian yang diterima konten dari pengguna. Semakin tinggi keterlibatan menunjukkan bahwa konten yang diunggah mampu menarik minat dan melibatkan audiens dengan baik.⁸² Selain itu, keterlibatan juga mencerminkan adanya komunikasi timbal balik antara institusi dan masyarakat. Melalui komentar atau respon dari pengguna, institusi bisa memahami reaksi masyarakat terhadap informasi yang diberikan. Oleh karena itu, tingkat keterlibatan yang

⁸¹ Faqihudin, Raihan. "Analisis Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Dan Pengelolaan Informasi Pada Akun@ Ppidkotasemarang." *Universitas Semarang* (2025).

⁸² Sakti, Tassah Aulya, And Iva Fikrani Deslia. "Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram@ Mop. Beauty Dalam Meningkatkan Engagement Followers." *Syntax Idea* 6.9 (2024): 4023-4036.

tinggi bisa dijadikan tolak ukur bahwa informasi yang disampaikan di Instagram berhasil mencapai dan menarik perhatian publik.

d. Responsivitas Admin

Tanggapan admin adalah kemampuan pengelola profil Instagram dalam menjawab pertanyaan, komentar, dan keluhan yang diajukan oleh publik melalui platform media sosial.⁸³ Tanggapan yang cepat dan akurat dari admin mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi tersebut. Selain itu, tingkat tanggapan yang baik juga mencerminkan bahwa institusi tersebut bersifat terbuka dalam berkomunikasi dan siap memberikan informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Dalam ranah komunikasi publik, tanggapan admin menjadi salah satu ukuran penting dalam mengevaluasi seberapa baik pengelolaan media sosial oleh suatu lembaga pemerintah. Dengan demikian, pengelola akun pada media sosial harus memastikan setiap pertanyaan atau komentar dari publik ditanggapi dengan memadai untuk membangun komunikasi yang efektif serta interaktif.

⁸³ Ulya, Khotimatul, And Hartuti Purnaweni. "Responsivitas Pelayanan Publik Pada Pengelolaan Pengaduan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Semarang." *Journal Of Public Policy And Management Review* 14.2 (2025): 1195-1212.

H. Dinas Perhubungan sebagai Lembaga Pelayanan Publik

1. Tugas dan Fungsi Dinas Perhubungan Aceh

Dinas Perhubungan adalah sebuah lembaga pemerintah daerah yang bertugas mengelola dan mengatur sistem transportasi demi kelancaran mobilitas masyarakat. Di tingkat provinsi, fungsi ini dijalankan oleh Dinas Perhubungan Aceh yang melaksanakan kebijakan pemerintah daerah terkait perhubungan. Tugas tersebut mencakup pengelolaan transportasi di darat, laut, dan udara, serta pengaturan lalu lintas dan angkutan untuk menciptakan sistem transportasi yang aman, tertib, dan efisien. Selain itu, Dinas Perhubungan juga memiliki peran dalam merencanakan pembangunan sarana dan prasarana transportasi serta melakukan pengawasan terhadap operasional transportasi di daerah provinsi.⁸⁴ Melalui berbagai program dan kebijakan yang diimplementasikan, lembaga ini berusaha meningkatkan kualitas pelayanan transportasi kepada masyarakat. Dengan demikian, peran Dinas Perhubungan sangat krusial dalam mendukung kelancaran aktivitas masyarakat sekaligus meningkatkan keselamatan dan kenyamanan dalam menggunakan sarana transportasi.

Sebagai lembaga yang memberikan layanan kepada masyarakat, Dinas Perhubungan Aceh bertanggung jawab untuk menyajikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan, program, dan layanan transportasi kepada publik. Penyediaan informasi publik adalah salah satu langkah pemerintah

⁸⁴ Safar, A., Saudi, A. I., Ampangallo, B. A., Yunus, A. Y., Sampe, R., & Rachman, R. M. (2024). *Transportasi Publik*. Tohar Media.

dalam mencapai tingkat transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan pemerintahan. Informasi yang disampaikan oleh Dinas Perhubungan mencakup berbagai hal, seperti situasi lalu lintas, kebijakan di bidang transportasi, jadwal operasional transportasi, serta berbagai program yang berhubungan dengan keselamatan di sektor transportasi. Selain itu, tujuan dari penyediaan informasi publik juga adalah untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi yang mereka perlukan mengenai mobilitas dan transportasi. Dengan menjadikan informasi yang disampaikan mudah diakses dan dipahami, Dinas Perhubungan dapat meningkatkan mutu layanan publik serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah daerah.⁸⁵

2. Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Aceh

Dalam hal menyampaikan informasi kepada publik, Dinas Perhubungan Aceh menggunakan beragam saluran komunikasi, baik yang tradisional maupun yang berbasis teknologi. Sarana tradisional yang digunakan meliputi konferensi pers, papan pengumuman, serta kolaborasi dengan media massa seperti TV, radio, dan surat kabar. Namun, dengan kemajuan teknologi informasi, penggunaan saluran digital semakin krusial dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Saluran digital memungkinkan informasi disebarakan dengan lebih cepat dan mencakup

⁸⁵ Adrian, A., Aprianto, R., & Pangestu, I. N. (2025). Peningkatan Informasi Publik Brt Trans Cirebon Melalui Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website. *Jurnal Manajemen Informatika, Sistem Informasi Dan Teknologi Komputer (Jumistik)*, 4(2), 477-485.

audiens yang lebih luas.⁸⁶ Lewat saluran digital, lembaga pemerintah dapat mengkomunikasikan berbagai pengumuman, kebijakan, atau laporan lalu lintas secara langsung kepada publik. Penggunaan berbagai saluran komunikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh Dinas Perhubungan dapat diterima oleh masyarakat secara efisien dan tepat waktu.

Di zaman digital saat ini, banyak lembaga pemerintah memanfaatkan platform media sosial sebagai alat utama untuk menyampaikan informasi kepada rakyat. Salah satu aplikasi yang paling sering digunakan adalah Instagram karena mampu menjangkau banyak pengguna serta menawarkan cara penyampaian informasi yang visual dan interaktif. Melalui akun resmi di Instagram, Dinas Perhubungan Aceh dapat membagikan beragam informasi penting seperti keadaan lalu lintas, pengumuman kebijakan transportasi, aktivitas lembaga, serta edukasi mengenai keselamatan berkendara. Penggunaan Instagram memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat kapan saja. Selain itu, fitur interaksi seperti komentar dan pesan langsung juga memfasilitasi komunikasi timbal balik antara pemerintah dan masyarakat.⁸⁷ Oleh karena itu, Instagram menjadi salah satu saluran komunikasi yang efisien bagi

⁸⁶ Lase, Citra Ningsih Mardalena, Et Al. "Transformasi Sosial Di Era Digital Dalam Perubahan Media Komunikasi Publik." *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 1.03 (2025): 164-171.

⁸⁷ Uddin, Badie, Aprilia Zahra Maharani, And Kailal Wafa Auladal Baren. "Pemanfaatan Fitur Instagram Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (Jnkti)* 7.6 (2024): 1505-1510.

Dinas Perhubungan Aceh dalam melaksanakan fungsi pelayanan informasi publik kepada masyarakat.

I. Landasan Hukum Undang-Undang Tentang Penggunaan Instagram Pada Instansi

1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik

Undang-Undang yang mengatur Keterbukaan Informasi Publik adalah landasan hukum yang menetapkan hak masyarakat untuk mendapatkan informasi dari institusi publik. Undang-undang ini menekankan bahwa setiap lembaga publik harus menyediakan informasi yang jelas, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat sebagai bagian dari pelayanan kepada publik.⁸⁸

Beberapa poin penting dalam undang-undang ini meliputi:

- a. Setiap badan publik berkewajiban untuk memberikan dan menginformasikan kepada masyarakat dengan cara yang terbuka dan teratur (Pasal 7 Ayat (1) dan Pasal 9 Ayat (1)).
- b. Informasi publik harus tersedia dengan cara yang mudah, cepat, dan sederhana (Pasal 2 Ayat (3)).

⁸⁸ UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

- c. Pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang relevan dengan kepentingan masyarakat secara umum (Pasal 10 Ayat (1)).

Dengan ketentuan tersebut, penggunaan Instagram oleh lembaga pemerintah dapat dijadikan sebagai alat untuk melaksanakan keterbukaan informasi publik secara digital. Melalui Instagram, pemerintah dapat menyampaikan informasi mengenai layanan, kebijakan, kegiatan, dan pengumuman kepada masyarakat dengan cepat dan efektif.

2. **Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik**

Peraturan Pemerintah ini berfungsi sebagai pedoman pelaksana dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, mengatur aspek teknis dari layanan informasi publik oleh pemerintah.⁸⁹

Poin-poin utama dalam peraturan ini antara lain:

- a. Setiap badan publik diharuskan untuk mengembangkan sistem layanan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat (Pasal 3 Ayat (1)).
- b. Penyampaian informasi publik hendaknya dilakukan secara tepat waktu dan menggunakan media yang efisien (Pasal 21 Ayat (1)).

⁸⁹ PP No. 61 Tahun 2010

- c. Diharapkan untuk mengoptimalkan penggunaan media elektronik dan teknologi informasi demi meningkatkan pelayanan publik (Pasal 20 Ayat (1)).

Dalam hal ini, Instagram bisa dimanfaatkan sebagai platform komunikasi publik yang berbasis teknologi informasi, yang mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat.

3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur cara berkomunikasi dan distribusi informasi melalui media elektronik, termasuk jejaring sosial. Undang-undang ini berfungsi sebagai pedoman untuk menggunakan media digital dengan bijaksana.⁹⁰

Poin-poin penting dalam undang-undang ini meliputi:

- a. Informasi dan dokumen elektronik diakui sebagai informasi yang sah (Pasal 5 Ayat (1)).
- b. Penyebaran informasi melalui media elektronik harus memperhatikan kebenaran dan tanggung jawab hukum (Pasal 28 Ayat (1)).

⁹⁰ UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE

- c. Penggunaan media sosial dilarang memuat informasi yang tidak benar, ujaran kebencian, serta pencemaran nama baik (Pasal 27 Ayat (3) dan Pasal 28 Ayat (2)).

Dengan ketentuan ini, lembaga pemerintah diharapkan dapat mengelola akun media sosial dengan baik agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah sah, tepat, dan dapat dipercaya.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memiliki karakteristik yang lebih *konkret* dalam memaknai fenomena di lingkungan sosial, meliputi individu maupun kelompok. Pendekatan ini menjawab permasalahan dalam penelitian dengan bentuk naratif, tanpa menggunakan pengkajian numerik. Sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi "mengapa" dan "bagaimana" suatu fenomena terjadi, bukan hanya mengukur "berapa banyak".⁹¹ Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh data yang signifikan, deskriptif dan interpretatif dari sudut pandang partisipan, yang sulit diukur secara kuantitatif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, menurut Sugiyono jenis penelitian deskriptif merupakan penelitian yang melukiskan, menggambarkan atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagaimana adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan.⁹² Oleh karena itu, data yang dihasilkan merupakan representasi nyata terkait kondisi di lapangan tanpa adanya interpretasi pribadi yang dilakukan peneliti.

⁹¹ Jannah, Miftahul. "Pendekatan Penelitian Pendidikanmetode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatifdan Metode Penelitian Kombinasi." *Shoftiya: Jurnal Pendidikan Islam* (2025): 23-40.

⁹² Syafei, Muhammad Agid, Syaripudin Basyar, And Muhammad Akmansyah. "Efektivitas Metode Talaqqi Dalam Pembelajaran Tahfidzul Qur'an Di Smp It Al-Kholis." *Jiip- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 8.5 (2025): 4840-4845.

Pendekatan deskriptif kualitatif menurut Sukmadinata merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.⁹³ Sehingga jenis penelitian ini dipilih untuk menganalisis secara mendalam terkait kompleksitas fenomena yang terjadi di lapangan tentang penggunaan Instagram sebagai pusat informasi pada Dinas Perhubungan Aceh.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Dinas Perhubungan Aceh. Lokasi ini dipilih karena mempertimbangkan Dinas Perhubungan sebagai sektor pemerintahan yang paling sering berinteraksi secara langsung dengan kehidupan masyarakat, selain itu wilayah penelitian lebih terjangkau bagi peneliti sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penelitian. Penelitian diperkirakan akan dilaksanakan selama 1 bulan, yakni bulan Januari 2026.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini dipilih secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dan dianggap dapat memberikan informasi mendalam sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu⁹⁴. Sehingga dengan menggunakan teknik ini,

⁹³ Saulina, Martha. "Perlunya Penambahan Awos Display Pada Approach Control Surveillance Untuk Mengurangi Load Of Coordination Air Traffic Controller Di Perum Lppnpi Cabang Tanjungpinang." *Jurnal Penelitian* 9.2 (2024): 82-91.

⁹⁴ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.

diharapkan subjek penelitian yang dipilih dapat menjawab permasalahan utama dalam penelitian.

Subjek penelitian adalah pihak internal pengelolaan media sosial Dinas Perhubungan Aceh, pilihan ini berdasarkan kriteria bahwa pengelola merupakan pihak yang bertanggung jawab langsung dalam perencanaan, produksi konten, unggahan dan manajemen interaksi di akun Instagram Dinas Perhubungan Aceh. Sehingga secara tidak langsung pihak media menjadi representasi Dinas Perhubungan pada praktik komunikasi institusional lembaga.

Tabel informan penelitian

No.	Nama	Jabatan	Ket.
1.	T. Faisal, S.T., M.T.	Kepala Dinas Perhubungan Aceh	
2.	T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si.	Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh	
3.	Fitri Sari, S.T.	Kasubbag Program Informasi dan Humas	
4.	Dhea Atifa, S.I.Kom.	Content Planner (ICR)	
5.	Amsal Bunaiya, S.PdI.	Admin Instagram	
6.	M. Najian S.T	Bidang Design Grafis	
7.	Midika utama putra A.Md	Bidang Foto/Video	
8.	Al Mush	Followers/Masyarakat	
9.	Nurhikmah	Followers/Masyarakat	
10.	Martunis	Followers/Masyarakat	

D. Sumber Data

Sumber data merupakan unsur fundamental dalam penelitian kualitatif, dikarenakan memiliki fungsi sebagai acuan darimana data diperoleh untuk kemudian digunakan sebagai media analisis fenomena yang diteliti. Sumber data

dapat berupa lisan maupun tulisan, selain itu hasil observasi peneliti juga dapat menjadi sumber data. Sumber data penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer atau data utama diperoleh secara langsung subjek penelitian, semua instrumen yang berumber langsung dari subjek penelitian dan hasil observasi di lapangan merupakan data primer disebut data primer. Data primer penelitian ini diperoleh melalui:

- a. Wawancara: Dilakukan pada pengelola media sosial Dinas Perhubungan Aceh.
- b. Observasi: Terhadap konten, interaksi, aktivitas dan instrumen lainnya yang diperlukan dari akun Instagram Dinas Perhubungan Aceh.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang berguna dalam mendukung sajian data primer. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian, tapi dapat berupa data yang sudah tersedia sebelumnya dan relevan dengan penelitian, seperti:

- a. Dokumen resmi internal maupun *website* Dinas Perhubungan Aceh (jika ada dan dapat diakses).
- b. Artikel ilmiah, jurnal, buku dan publikasi lain yang relevan mendukung perolehan hasil penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang orisinil dan otentik, digunakan sebagai teknik dalam menganalisis sumber data penelitian. Penelitian ini menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan tindakan pengumpulan yang dilakukan peneliti secara langsung dengan mengajukan pertanyaan secara tatap muka, dengan tujuan memperoleh hasil yang diharapkan relevan menjawab permasalahan penelitian. Wawancara penelitian ini bersifat semi terstruktur, menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun berdasarkan rumusan permasalahan sebagai panduan namun tetap fleksibel untuk menggali informasi lebih dalam berdasarkan respons subjek.⁹⁵ Seluruh wawancara akan direkam (dengan izin subjek) dan ditranskrip ke dalam bentuk naratif. Wawancara penelitian ini dilakukan dengan pengelola media sosial Dinas Perhubungan Aceh.

2. Observasi

Sugiyono menyatakan bahwa observasi dilakukan untuk mengamati perilaku atau aktivitas subjek penelitian tanpa melakukan intervensi terhadap situasi yang diamati, observasi memungkinkan peneliti melihat

⁹⁵ Devi, Amitha Shofiani, Et Al. "Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas." *Master Manajemen* 2.2 (2024): 66-78.

fenomena sebagaimana adanya.⁹⁶ Peneliti akan melakukan observasi terhadap akun Instagram resmi Dinas Perhubungan Aceh (@dishubaceh) secara berkala selama periode penelitian. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas akun Instagram resmi Dinas Perhubungan Provinsi Aceh. Observasi difokuskan pada konten unggahan, pola penyampaian informasi serta bentuk realisasi interaksi antara dishub dan masyarakat.

3. Dokumentasi

Tahapan ini mengharuskan peneliti untuk mengumpulkan seluruh data sekunder sebagai penunjang penelitian. Pengumpulan dokumen relevan seperti kebijakan internal Dinas Perhubungan Aceh terkait interaksi komunikasi atau pedoman penggunaan media sosial. Pengambilan Hasil penelitian akan dicatat dalam bentuk catatan lapangan, foto dokumentasi dan tangkapan layar (*screenshot*) sebagai bukti pendukung penelitian.⁹⁷ Serta dokumen resmi lembaga, *website* dan konten penting dari akun Instagram Dinas Perhubungan Aceh yang relevan dalam menganalisis permasalahan penelitian. Pengumpulan data sekunder dari laporan penelitian, jurnal, buku atau publikasi lain yang mendukung analisis.⁹⁸

⁹⁶ Febriasari, Melvita Ayu. *Intervensi Guru Terhadap Peserta Didik Yang Mengalami Kecenderungan Disleksia (Studi Kasus Di Sd Negeri 2 Bumi Ayu)*. Diss. Universitas Muhammadiyah Metro, 2022.

⁹⁷ Fatma, Eka, And Rizky Amalia Syahrani. "Pemanfaatan Media Sosial Di Dinas Komunikasi Informatika Dan Persandian Kabupaten Aceh Barat Sebagai Komunikasi Publik Di Aceh Barat." *Jurnal Sosial Teknologi* 4.8 (2024): 639-650.

⁹⁸ Habibi, Khairul. "The Strategy Of The Aceh Provincial Culture And Tourism Office In Utilizing Digital Platforms To Promote Religion Tourism." *Media Wisata* 23.2 (2025): 516-526.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif ini akan menggunakan model interaktif yang dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, yang melibatkan tiga alur kegiatan utama yang berlangsung secara interaktif, sistematis, dan berkelanjutan. Model ini menekankan bahwa proses analisis data tidak dilakukan secara terpisah dari proses pengumpulan data, melainkan berlangsung secara terus-menerus sejak awal hingga akhir penelitian. Ketiga alur kegiatan tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.⁹⁹ Reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan agar mudah dipahami. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan terus melakukan pengecekan terhadap data yang ada, sehingga hasil penelitian menjadi valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.¹⁰⁰

1. Reduksi Data (*Data Reduction*) I R Y

Tahapan ini merupakan proses seleksi data mentah yang telah dikumpulkan, meliputi proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan

⁹⁹ Anjelina, Maria, Konstantinus Pati Sanga, And Paulus Libu Lamawitak. "Analisis Akuntansi Keperilakuan Dalam Proses Penganggaran (Studi Kasus Desa Watukrus Kecamatan Bola Kabupaten Sikka)." *Accounting Unipa-Jurnal Akuntansi* 3.2 (2024).

¹⁰⁰ Kinasih, Aprilia Sekar, Wahyudi Wahyudi, And Ratna Hidayah. "Penerapan Pendekatan Realistic Mathematics Education Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Tentang Penyajian Data Pada Siswa Kelas V Sdn Poncowarno Tahun Ajaran 2021/2022." *Kalam Cendekia: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 12.3 (2024).

lapangan, transkrip wawancara, hasil observasi dan dokumen lainnya.¹⁰¹ Proses ini akan melalui tahapan dimana data akan di pecahkan ke dalam bagian-bagian terpisah, atau dikeluarkan dari mentahan data yang telah dikumpulkan. Data yang tidak relevan akan disaring dan data penting akan dikelompokkan berdasarkan kategori atau pola dengan karakteristik data yang diperlukan untuk penelitian.¹⁰²

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahapan ini mengorganisasikan data yang telah direduksi dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami, dengan cara menyajikan data yang sebelumnya telah di seleksi dan diambil kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, grafik atau bagan.¹⁰³ Penyajian data bertujuan untuk memudahkan peneliti melihat hubungan antar data, mengidentifikasi pola dan menarik kesimpulan awal. Pada tahapan ini data yang sebelumnya berupa data mentah, di tahap ini menjadi lebih matang.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan awal bersifat tentatif pada tahapan *display* akan terus diverifikasi serta disempurnakan seiring dengan bertambahnya data dan

¹⁰¹ Ngejowantah, Diah Ayu Pramesthi. *Implementasi Pendekatan Six Sigma Dmaic Dan Strategi Perbaikan Berkesinambungan Di Seed Production Unit (Spu) Untuk Mencapai Target Germination Rate Dalam Produksi Benih Kelapa Sawit Di Pt Dami Mas Sejahtera*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2024.

¹⁰² Linda, Linda, Muhammad Idris, And Muhammad Amin. *Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Pasca Pandemi Covid-19 Di Smp Negeri Pulau Kidak Musi Rawas Utara*. Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023.

¹⁰³ Hidayat, Rachmat, Rafika Amelia Fitri, And Dina Hermina. "Langkah Penelitian Manajemen Pendidikan: Penemuan Masalah, Telaah Pustaka, Persiapan Penelitian, Pengumpulan Data, Analisis Data Dan Penyimpulan/Pemaknaan, Dan Pelaporan & Evaluasi Penelitian." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2.6 (2025): 509-523.

analisis yang lebih mendalam. Verifikasi dilakukan dengan kembali ke data asli, membandingkan temuan dengan teori atau mencari bukti pendukung. Hal ini dikarenakan tidak semua data yang sebelumnya telah di analisis dan di ambil kesimpulan sementara dapat dijadikan sumber utama menjawab permasalahan penelitian. Sehingga setelah melalui proses selektif berkali-kali, kesimpulan akhir akan menjadi jawaban atas rumusan masalah penelitian secara keseluruhan.¹⁰⁴

G. Keabsahan Data

Keabsahan data berguna bagi peneliti dalam upaya membuktikan, mempertanggungjawabkan dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian ini, teknik untuk menguji keabsahan data penelitian ini, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Mengevaluasi dan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data, untuk melihat apakah data tersebut konsisten atau malah sebaliknya. Misalnya, informasi data hasil wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumen yang ada, sehingga dapat diketahui bahwa data tersebut memiliki kesesuaian atau tidak.¹⁰⁵

2. Triangulasi Metode

Membandingkan informasi yang diperoleh melalui metode pengumpulan data secara keseluruhan. Misalnya, temuan dari wawancara akan dikonfirmasi dan didukung dengan hasil observasi serta analisis

¹⁰⁴ Nurhayati, Nurhayati, Et Al. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

¹⁰⁵ Dahlia, Desvi, Silvia Wulandari, And Irjus Indrawan. "Teknik Pengumpulan Data Evaluasi Pendidikan." *Jotika Journal In Education* 4.2 (2025): 63-69.

dokumen pendukung. Ini bertujuan untuk perolehan data secara menyeluruh dan utuh terkait penelitian.¹⁰⁶

3. Perpanjangan Pengamatan

Tahap ini menunjukkan adanya peluang penelitian lanjutan jika diperlukan untuk mengonfirmasi atau memperdalam temuan awal yang kurang jelas atau meragukan. Selain itu, ini dapat meningkatkan pemahaman serta interpretasi pribadi peneliti terhadap konteks penelitian keseluruhan.¹⁰⁷

4. Diskusi dengan Teman Sejawat (*Peer Debriefing*)

Mendiskusikan temuan, interpretasi data dan proses analisis dengan rekan peneliti atau ahli yang memiliki kesamaan pemahaman. Diskusi ini bertujuan untuk mendapatkan masukan, kritik konstruktif, dan perspektif lain yang dapat membantu peneliti mengidentifikasi bias atau kesalahan hasil penelitian.

¹⁰⁶ Santoso, Seger, Et Al. "Perbandingan Metode Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Serta Aplikasinya Dalam Penelitian Akuntansi Interpretatif." *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2.3 (2022): 351-360.

¹⁰⁷ Soelistianto, Farida Arinie, Et Al. "Metodologi Metodologi Penelitian Pendidikan Penelitian Pendidikan." (2024).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Perhubungan Aceh

Dinas Perhubungan Aceh merupakan perangkat daerah yang memiliki peran penting dalam pengelolaan sistem transportasi di Provinsi Aceh. Instansi ini berfungsi sebagai pelaksana kebijakan daerah di bidang perhubungan yang mencakup transportasi darat, laut, dan udara. Keberadaannya menjadi elemen kunci dalam memastikan mobilitas masyarakat berjalan dengan aman, tertib, dan efisien, sekaligus mendukung distribusi barang yang berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi daerah. Struktur organisasi Dinas Perhubungan Aceh dirancang untuk menunjang efektivitas kerja di berbagai sektor transportasi. Pimpinan tertinggi berada pada kepala dinas yang bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Di bawahnya terdapat sekretariat dan sejumlah bidang teknis, seperti bidang lalu lintas dan angkutan jalan, bidang pelayaran, serta bidang keselamatan transportasi. Setiap unit memiliki tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan, sehingga koordinasi internal menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Ruang lingkup tugas Dinas Perhubungan Aceh meliputi perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan kebijakan transportasi. Perencanaan dilakukan untuk memastikan pembangunan transportasi sesuai kebutuhan masyarakat dan perkembangan wilayah. Pelaksanaan program mencakup pengaturan lalu lintas, penyediaan fasilitas transportasi, serta pelayanan kepada pengguna jasa transportasi. Pengawasan dilakukan untuk menjaga ketertiban operasional,

termasuk pengendalian angkutan umum dan pengujian kendaraan bermotor demi menjamin kelayakan jalan.

Perhatian terhadap transportasi laut menjadi salah satu fokus utama mengingat kondisi geografis Aceh yang memiliki wilayah pesisir dan kepulauan. Pengelolaan pelabuhan lokal serta pengawasan aktivitas pelayaran menjadi bagian penting dalam menjaga konektivitas antarwilayah. Ketersediaan transportasi laut yang andal sangat membantu masyarakat di daerah terpencil dalam mengakses layanan dasar dan kegiatan ekonomi.

Konektivitas antarwilayah juga menjadi prioritas dalam pembangunan transportasi di Aceh. Posisi geografis yang strategis di ujung barat Indonesia memberikan peluang besar untuk pengembangan jalur distribusi dan pariwisata. Upaya peningkatan kualitas infrastruktur seperti terminal, pelabuhan, dan fasilitas pendukung lainnya terus dilakukan agar mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

Tantangan yang dihadapi tidak dapat diabaikan, terutama terkait keterbatasan anggaran dan kondisi infrastruktur yang belum merata. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap keselamatan berlalu lintas juga masih memerlukan perhatian serius. Perkembangan teknologi di sisi lain membuka peluang bagi peningkatan layanan berbasis digital, termasuk sistem manajemen lalu lintas yang lebih modern dan efisien.

Berbagai program strategis terus dikembangkan untuk meningkatkan kinerja instansi ini. Kampanye keselamatan berlalu lintas dilakukan guna menumbuhkan kesadaran masyarakat. Peningkatan kualitas angkutan umum menjadi fokus agar

masyarakat memiliki alternatif transportasi yang layak dan nyaman. Pengembangan transportasi ramah lingkungan juga mulai diarahkan sebagai bagian dari upaya menjaga keberlanjutan lingkungan. Peran Dinas Perhubungan Aceh sangat menentukan dalam menciptakan sistem transportasi yang mendukung pertumbuhan daerah. Penguatan kebijakan berbasis data, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi menjadi langkah penting dalam menghadapi tantangan ke depan. Sistem transportasi yang tertata dengan baik akan memberikan dampak positif bagi mobilitas masyarakat sekaligus mendorong perkembangan ekonomi di berbagai sektor.

B. Hasil Analisis Data

1. Karakteristik Informan

Penelitian ini melibatkan sejumlah informan yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan langsung dalam pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram di Dinas Perhubungan Aceh. Informan terdiri dari unsur pimpinan, pengelola media sosial, tim teknis, serta masyarakat sebagai pengguna informasi. Pemilihan informan dilakukan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pola pengelolaan dan penyebaran informasi melalui Instagram.

Tabel 4.1

Karakteristik Informan

No	Informan	Jabatan/Peran	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Sekretaris Dinas	Koordinator Administratif	45	S2
2	Kasubbag Program & Humas	Pengelola Informasi	40	S1

3	Content Planner	Perencana Konten	28	S1
4	Admin Instagram	Pengelola Akun	27	S1
5	Tim Desain	Produksi Visual	30	D3
6	Tim Foto/Video	Produksi Konten	29	D3
7	Masyarakat 1	Followers	24	S1
8	Masyarakat 2	Followers	22	SMA
9	Masyarakat 3	Followers	29	S1

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa informan dalam penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang peran yang mencerminkan keterlibatan langsung maupun tidak langsung dalam pengelolaan dan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi di Dinas Perhubungan Aceh. Informan internal didominasi oleh pegawai dengan tingkat pendidikan sarjana (S1) dan magister (S2), yang mengindikasikan bahwa pengelolaan informasi dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kapasitas akademik yang memadai. Posisi Sekretaris Dinas sebagai informan dengan pendidikan S2 memperkuat peran strategis dalam pengambilan kebijakan dan koordinasi pengelolaan media informasi. Rentang usia informan internal berada pada kisaran usia produktif, yaitu antara 27 hingga 45 tahun. Kondisi ini menunjukkan adanya kombinasi antara pengalaman kerja dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital, khususnya dalam pengelolaan media sosial. Peran seperti content planner, admin Instagram, serta tim teknis berada pada kelompok usia yang relatif lebih muda, yang cenderung memiliki pemahaman lebih baik terhadap tren digital dan karakteristik media sosial.

2. Pola Pengelolaan dan Penyebaran Informasi oleh Dinas Perhubungan Aceh melalui Akun Instagram

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan pedoman wawancara yang telah dirancang untuk menggali secara mendalam pola pengelolaan dan penyebaran informasi melalui Instagram di Dinas Perhubungan Aceh. Data diperoleh dari berbagai informan yang memiliki peran berbeda, mulai dari pimpinan, pengelola informasi, tim teknis, hingga masyarakat sebagai pengguna informasi. Cara ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik. Penyajian temuan dilakukan secara sistematis dengan mengelompokkan jawaban informan sesuai dengan pertanyaan penelitian, sehingga setiap aspek dapat dianalisis secara lebih terarah dan didukung oleh kutipan wawancara sebagai penguatan data

a. Pentingnya Instagram sebagai Media Informasi Publik

Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh menjelaskan bahwa Instagram memiliki peran dominan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Hal tersebut disampaikan sebagai berikut:

“Instagram sekarang ini memang paling banyak digunakan masyarakat, jadi kami memanfaatkan itu sebagai media utama informasi. Bahkan secara internal kami juga mendorong pegawai untuk memiliki Instagram, dan sudah ada tim multimedia yang khusus mengelola konten.”¹⁰⁸

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa Instagram dipandang sebagai media yang paling relevan dengan kebiasaan

¹⁰⁸ Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si

masyarakat dalam mengakses informasi. Pemanfaatannya sebagai media utama tidak hanya didasarkan pada popularitas, tetapi juga pada kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan mudah dijangkau. Dorongan kepada pegawai untuk memiliki akun Instagram mengindikasikan adanya upaya internal untuk memperkuat penyebaran informasi melalui jejaring yang lebih luas. Keberadaan tim multimedia juga menegaskan bahwa pengelolaan konten tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui mekanisme yang terorganisir dan didukung oleh sumber daya khusus.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Kasubbag Program dan Humas yang menyatakan:

“Kalau dibandingkan media lain, Instagram itu memang paling cepat menjangkau masyarakat karena hampir semua kalangan sekarang menggunakan media sosial. Informasi yang kita sampaikan bisa langsung dilihat tanpa harus menunggu seperti media cetak atau media lainnya. Kami juga melihat bahwa respon masyarakat terhadap informasi di Instagram lebih cepat, baik dalam bentuk komentar maupun pesan langsung. Hal ini memudahkan kami untuk mengetahui kebutuhan informasi masyarakat secara langsung. Selain itu, penyebaran informasi juga menjadi lebih luas karena bisa dibagikan kembali oleh pengguna.”¹⁰⁹

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa instagram memiliki keunggulan utama pada aspek kecepatan distribusi informasi, jangkauan audiens, serta interaktivitas yang tidak dimiliki oleh media konvensional. Kemudahan akses dan dominasi pengguna media sosial di berbagai kalangan menjadikan Instagram sebagai

¹⁰⁹ Wawancara dengan Kasubbag Humas Ibu Fitri Sari, S.T.

saluran yang efektif untuk menyampaikan informasi publik tanpa hambatan waktu dan ruang. Respons yang cepat dari masyarakat, baik melalui komentar maupun pesan langsung, menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang memungkinkan instansi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memahami kebutuhan dan aspirasi publik secara langsung. Mekanisme berbagi ulang (share) oleh pengguna juga memperluas jangkauan informasi secara organik, sehingga penyebaran pesan tidak hanya bergantung pada akun resmi, tetapi turut didukung oleh partisipasi masyarakat. Situasi ini memperlihatkan bahwa Instagram berfungsi tidak sekadar sebagai media publikasi, melainkan sebagai ruang interaksi yang dinamis dalam membangun komunikasi publik yang lebih responsif dan adaptif.

Pandangan yang sama juga muncul dari masyarakat sebagai pengguna informasi:

“Saya lebih sering lihat Instagram dibandingkan website karena lebih praktis dan mudah diakses kapan saja. Informasi yang disampaikan juga biasanya lebih cepat muncul dibandingkan media lain. Saya merasa lebih terbantu karena tidak perlu mencari informasi ke banyak tempat, cukup melalui Instagram saja. Selain itu, tampilannya juga lebih menarik sehingga informasi lebih mudah dipahami. Biasanya saya melihat informasi terkait lalu lintas atau pengumuman yang memang saya butuhkan sehari-hari.”¹¹⁰

Ungkapan ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi media utama dalam komunikasi publik. Analisis peneliti berdasarkan

¹¹⁰ Wawancara dengan Followers/Masyarakat Al-Mush

hasil wawancara mengindikasikan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi, dari media konvensional ke media digital yang lebih interaktif dan real-time. Penggunaan Instagram bukan hanya pilihan teknis, melainkan bentuk adaptasi institusi terhadap kebutuhan informasi yang cepat dan mudah diakses.

b. Kebijakan dan Dukungan Internal dalam Pengelolaan Instagram

Pengelolaan Instagram di Dinas Perhubungan Aceh tidak terlepas dari kebijakan internal yang menjadi dasar dalam pelaksanaan komunikasi publik berbasis digital. Arah kebijakan tersebut berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang lebih efektif, sekaligus didukung oleh ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki peran khusus dalam mengelola konten.

Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh menyampaikan:

“Secara internal kami memang mendorong penggunaan media sosial, termasuk Instagram, supaya penyebaran informasi bisa lebih luas dan tidak terbatas. Kami melihat bahwa masyarakat sekarang lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan media lainnya. Karena itu, kami mencoba menyesuaikan dengan kondisi tersebut agar informasi dari dinas bisa lebih cepat diterima. Selain itu, kami juga memberikan arahan kepada pegawai untuk memahami penggunaan media sosial sebagai bagian dari komunikasi publik.”¹¹¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kebijakan internal tidak hanya bersifat formal, tetapi juga diarahkan pada perubahan pola komunikasi organisasi. Dorongan kepada pegawai untuk

¹¹¹ Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si

memanfaatkan media sosial mencerminkan adanya upaya memperluas jangkauan informasi melalui jejaring internal. Kebijakan ini memperlihatkan bahwa komunikasi publik tidak lagi bersifat satu arah, melainkan berkembang menjadi lebih terbuka dan terdistribusi. Penyesuaian terhadap kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi menjadi dasar utama dalam menentukan arah kebijakan, sehingga penggunaan Instagram tidak sekadar mengikuti tren, tetapi merupakan bentuk respons terhadap kebutuhan informasi yang berkembang.

Kasubbag Program dan Humas kemudian mengungkapkan bahwa:

“Kami sudah memiliki tim yang khusus mengelola konten, jadi pengelolaannya tidak dilakukan secara sembarangan. Tim ini bertanggung jawab mulai dari perencanaan, pembuatan, sampai publikasi konten. Setiap informasi yang akan diposting biasanya melalui proses koordinasi dan pengecekan terlebih dahulu. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar dan sesuai dengan kondisi di lapangan.”¹¹²

Uraian tersebut menegaskan bahwa keberadaan tim pengelola konten merupakan bagian penting dalam memastikan kualitas informasi yang dipublikasikan. Proses yang melibatkan perencanaan, koordinasi, dan verifikasi menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram telah dilakukan secara sistematis. Keberadaan tim multimedia sebagai temuan penelitian bersumber dari hasil wawancara informan, sehingga memiliki dasar empiris yang jelas. Struktur kerja yang melibatkan beberapa tahapan juga mencerminkan adanya mekanisme kontrol

¹¹² Wawancara dengan Kasubbag Humas Fitri Sari, S.T.

internal yang bertujuan untuk menjaga keakuratan dan konsistensi informasi.

Dukungan kebijakan internal yang diiringi dengan pembentukan tim khusus memperlihatkan adanya keseriusan organisasi dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Pengelolaan yang terstruktur memungkinkan informasi disampaikan secara lebih profesional, terarah, dan berkelanjutan. Kondisi ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan oleh Dinas Perhubungan Aceh

c. Proses Perencanaan dan Penyusunan Konten

Pengelolaan konten Instagram di Dinas Perhubungan Aceh diawali dari tahap perencanaan yang menjadi dasar dalam menentukan arah informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Tahapan ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan audiens serta selaras dengan kegiatan instansi.

Kasubbag Program dan Humas menjelaskan:

“Kami biasanya menyusun rencana konten berdasarkan kegiatan dinas dan kebutuhan informasi masyarakat. Jadi tidak semua kegiatan langsung diposting, tetapi dipilih mana yang memang penting untuk diketahui publik. Koordinasi dengan bidang lain juga penting supaya informasi yang disampaikan benar dan tidak menimbulkan kesalahan. Setiap informasi biasanya kami pastikan dulu sebelum dipublikasikan agar tidak terjadi kekeliruan.”¹¹³

¹¹³ Wawancara dengan Kasubbag Humas Fitri Sari, S.T.

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa proses perencanaan tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui pertimbangan yang matang terhadap nilai informasi yang akan disampaikan. Pemilihan konten yang didasarkan pada kebutuhan masyarakat menunjukkan adanya orientasi pelayanan dalam komunikasi publik. Koordinasi lintas bidang juga memperlihatkan bahwa proses penyusunan informasi melibatkan berbagai pihak, sehingga dapat meminimalkan potensi kesalahan. Mekanisme ini mencerminkan adanya kontrol internal dalam memastikan validitas informasi sebelum dipublikasikan.

Hal ini diperkuat oleh Content planner yang menyebutkan:

“Konten biasanya kami rencanakan mingguan, jadi sudah ada jadwal posting yang jelas. Kami bisa lebih teratur dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kami juga melihat tren yang sedang berkembang supaya konten tidak monoton dan tetap menarik untuk dilihat. Selain itu, kami mencoba menyesuaikan gaya penyampaian agar lebih sesuai dengan karakter pengguna Instagram. Perencanaan ini juga membantu kami dalam mengatur prioritas konten yang akan dipublikasikan.”¹¹⁴

Hasil wawancara ini menunjukkan adanya penerapan sistem penjadwalan dalam pengelolaan konten yang bertujuan menjaga konsistensi publikasi. Penggunaan jadwal mingguan memberikan struktur kerja yang lebih jelas serta memudahkan pengelola dalam mengatur alur distribusi informasi. Penyesuaian terhadap tren media sosial memperlihatkan adanya upaya untuk meningkatkan daya tarik

¹¹⁴ Wawancara dengan Konten Planner Dhea Atifa, S.I.Kom

konten, meskipun tetap perlu dikendalikan agar tidak mengurangi nilai informatif. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan konten tidak hanya mempertimbangkan aspek informasi, tetapi juga strategi penyampaian yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Admin Instagram turut menyampaikan:

“Kami melihat juga jenis informasi apa yang sering dibutuhkan masyarakat, jadi tidak hanya berdasarkan kegiatan saja. Misalnya informasi lalu lintas atau pengumuman itu biasanya lebih banyak dicari. Kami selalu memperhatikan respon dari postingan sebelumnya sebagai bahan evaluasi untuk konten berikutnya”¹¹⁵

Uraian tersebut memperlihatkan bahwa proses penyusunan konten juga dipengaruhi oleh pola kebutuhan dan respon masyarakat. Evaluasi terhadap konten sebelumnya menjadi dasar dalam menentukan jenis informasi yang akan diprioritaskan. Hal ini menunjukkan adanya proses umpan balik yang dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas konten. Perencanaan yang menggabungkan data internal dan respon eksternal mencerminkan pola kerja yang adaptif terhadap dinamika kebutuhan informasi publik. Proses perencanaan dan penyusunan konten di Dinas Perhubungan Aceh menunjukkan adanya integrasi antara kebutuhan organisasi dan kebutuhan masyarakat. Pengelolaan yang dilakukan melalui koordinasi, penjadwalan, serta pemanfaatan respon audiens menciptakan sistem kerja yang terstruktur dan responsif. Kondisi ini memperlihatkan bahwa konten yang dihasilkan tidak bersifat acak,

¹¹⁵ Wawancara dengan Admin Instagram Amsal Bunaiya, S.PdI

melainkan melalui tahapan yang jelas sehingga mampu meningkatkan relevansi dan kualitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

d. Jenis Konten dan Respon Audiens

Variasi konten yang dipublikasikan melalui Instagram Dinas Perhubungan Aceh menunjukkan adanya penyesuaian terhadap kebutuhan informasi masyarakat serta karakteristik pengguna media sosial. Jenis konten yang disajikan tidak hanya berfokus pada aktivitas internal instansi, tetapi juga diarahkan pada informasi yang memiliki nilai guna langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Admin Instagram menjelaskan:

“Kalau dilihat dari respon yang masuk, biasanya yang paling banyak diperhatikan itu informasi lalu lintas, pengumuman, sama video-video singkat. Soalnya itu langsung berkaitan dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Orang tidak perlu baca panjang, cukup lihat saja sudah paham maksudnya. Konten seperti itu juga lebih cepat menyebar karena mudah dibagikan. Jadi kami memang lebih sering buat konten yang sederhana tapi jelas.”¹¹⁶

Uraian tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas konten sangat dipengaruhi oleh tingkat keterkaitan dengan kebutuhan praktis masyarakat. Informasi lalu lintas dan pengumuman memiliki nilai kegunaan yang tinggi karena berdampak langsung pada aktivitas pengguna. Format penyajian yang ringkas menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya serap informasi. Kondisi ini menunjukkan

¹¹⁶ Wawancara dengan Admin Instagram Amsal Bunaiya, S.PdI

bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kesederhanaan dan kejelasan penyampaian.

Salah satu informan masyarakat menyampaikan:

“Saya biasanya buka Instagram itu kalau mau cari info jalan, macet atau tidak, sama pengumuman tertentu. Lebih cepat dibanding harus cari di tempat lain. Informasinya juga langsung jelas, tidak bertele-tele. Jadi cukup membantu kalau lagi butuh cepat. Makanya saya lebih sering lihat yang seperti itu.”¹¹⁷

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa masyarakat memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi yang bersifat praktis dan cepat diakses. Kebutuhan terhadap informasi real-time menjadi alasan utama dalam memilih jenis konten tertentu. Tingkat kejelasan informasi juga menjadi pertimbangan penting, sehingga konten yang sederhana cenderung lebih diminati. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lebih mengutamakan efisiensi dalam memperoleh informasi dibandingkan dengan kedalaman penjelasan.

Informan lain menambahkan:

“Kalau menurut saya, video singkat itu lebih enak dilihat daripada tulisan panjang. Kita bisa langsung tahu maksudnya tanpa harus baca banyak. Apalagi kalau lagi sibuk, jadi lebih praktis. Biasanya saya lebih tertarik lihat video daripada gambar biasa. Jadi memang formatnya juga berpengaruh.”

Pandangan tersebut menegaskan bahwa format visual, khususnya video singkat, memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara cepat dan efektif. Kemampuan video dalam menggabungkan unsur visual dan audio membuat pesan lebih mudah

¹¹⁷ Wawancara dengan Followers/Masyarakat Nurhikmah

dipahami dalam waktu singkat. Preferensi ini mencerminkan perubahan pola konsumsi informasi di kalangan masyarakat yang cenderung menghindari konten panjang dan kompleks. Kecenderungan tersebut menjadi pertimbangan penting dalam menentukan strategi penyajian konten.

Preferensi audiens cenderung mengarah pada konten yang bersifat praktis, visual, dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari. Karakteristik ini menuntut pengelola untuk mampu menyederhanakan informasi tanpa menghilangkan makna utama yang ingin disampaikan. Strategi penyajian yang tepat akan menentukan sejauh mana informasi dapat diterima dan dimanfaatkan oleh masyarakat secara efektif.

e. Standar Visual dan Produksi Konten

Kualitas tampilan menjadi perhatian yang tidak terpisahkan dalam pengelolaan Instagram Dinas Perhubungan Aceh. Informasi yang disampaikan tidak hanya dinilai dari isi, tetapi juga dari cara penyajiannya. Upaya menjaga keseragaman visual dilakukan agar setiap konten memiliki ciri khas yang jelas dan mudah dikenali oleh masyarakat. Tim desain menyampaikan:

“Kalau untuk desain, kami sudah punya aturan sendiri. Warna, font, sampai susunan layout itu sudah ditentukan dari awal. Jadi setiap konten harus mengikuti itu supaya tidak berbeda-beda. Tujuannya biar orang langsung tahu itu konten dari Dishub Aceh. Kalau tidak ada standar, nanti tampilannya bisa tidak konsisten.”¹¹⁸

¹¹⁸ Wawancara dengan Teknisi Design M. Najian, ST

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa pengelolaan visual tidak dilakukan secara bebas, melainkan mengikuti pedoman yang telah disusun sebelumnya. Standar ini berfungsi sebagai pengikat agar seluruh konten tetap berada dalam satu identitas yang sama. Konsistensi visual seperti ini tidak hanya memberikan kesan rapi, tetapi juga memperkuat posisi akun sebagai sumber informasi resmi. Identitas yang kuat akan memudahkan masyarakat dalam mengenali sekaligus membedakan konten instansi dengan informasi lain yang beredar di media sosial.

Proses produksi konten juga tidak berlangsung secara langsung, melainkan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan.

Tim foto dan video menjelaskan:

“Biasanya kami ambil dokumentasi dulu di lapangan, setelah itu dipilih mana yang bagus. Baru masuk ke tahap editing, baik foto maupun video, supaya lebih jelas dan informatif. Tidak langsung diposting, karena harus dipastikan dulu layak atau tidak. Memang ada beberapa tahap sebelum akhirnya naik ke Instagram.”¹¹⁹

Alur kerja tersebut menunjukkan adanya proses seleksi dan pengolahan sebelum konten dipublikasikan. Tahapan ini menandakan bahwa setiap materi yang ditampilkan telah melalui pertimbangan tertentu, baik dari sisi kualitas visual maupun pesan yang ingin disampaikan. Proses yang berlapis seperti ini membantu menjaga standar mutu konten, meskipun di sisi lain membutuhkan waktu yang

¹¹⁹ Wawancara dengan Teknisi Foto Midika utama putra A.Md

lebih panjang. Keseimbangan antara kecepatan dan kualitas menjadi tantangan yang harus dikelola secara cermat oleh tim.

Penguatan terhadap konsistensi tersebut juga ditegaskan oleh admin Instagram:

“Kami selalu cek dulu sebelum posting, apakah sudah sesuai dengan konsep atau belum. Kalau belum sesuai biasanya dikembalikan untuk diperbaiki. Jadi tidak langsung naik begitu saja. Kami ingin supaya semua konten tetap punya ciri yang sama dan tidak berubah-ubah. Ini penting supaya akun tetap terlihat profesional.”

Penekanan pada proses pengecekan ulang menunjukkan adanya fungsi kontrol dalam pengelolaan konten. Setiap materi yang akan dipublikasikan tidak langsung disebarkan, melainkan ditinjau kembali agar selaras dengan konsep yang telah ditentukan. Praktik ini mencerminkan adanya tanggung jawab dalam menjaga kualitas informasi sekaligus tampilan visual. Konsistensi yang terjaga secara berkelanjutan akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap akun sebagai sumber informasi yang kredibel. Pengelolaan visual dan produksi konten dilakukan melalui aturan yang jelas serta tahapan kerja yang terstruktur. Standar desain, proses seleksi, hingga pengecekan sebelum publikasi menjadi bagian dari sistem yang saling mendukung dalam menghasilkan konten yang berkualitas. Pola kerja seperti ini memperkuat identitas institusi di ruang digital sekaligus memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan memiliki nilai profesional dan dapat dipercaya.

f. Laporan Bulanan Konten Instagram

- Terlampir

g. Persepsi dan Pengalaman Masyarakat

Pandangan masyarakat memberikan gambaran nyata mengenai sejauh mana Instagram Dinas Perhubungan Aceh dimanfaatkan sebagai sumber informasi. Pengalaman pengguna menunjukkan bahwa keberadaan akun tersebut telah menjadi bagian dari kebiasaan dalam mencari informasi, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan transportasi sehari-hari.

Salah satu informan masyarakat mengungkapkan:

“Saya memang sering buka Instagramnya, apalagi kalau mau lihat kondisi jalan atau info lalu lintas. Biasanya langsung dapat gambaran, macet atau tidak. Informasinya juga gampang dipahami, tidak ribet. Jadi kalau lagi butuh cepat, ya tinggal buka saja. Lumayan membantu sih dibanding harus cari ke tempat lain.”¹²⁰

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah berfungsi sebagai media yang praktis dan mudah diakses. Kebutuhan terhadap informasi yang cepat menjadi alasan utama masyarakat memanfaatkan platform ini. Kemudahan dalam memahami isi konten juga menjadi faktor penting yang mendukung efektivitas penyampaian informasi. Hal ini menandakan bahwa strategi penyajian yang sederhana dan langsung pada inti informasi mampu menjawab kebutuhan pengguna secara efisien.

¹²⁰ Wawancara dengan Followers/Masyarakat Al Mush

Informan lain memberikan pandangan yang sedikit berbeda:

“Kalau dilihat sih kontennya sudah bagus dan menarik, tampilannya juga enak dilihat. Tapi saya pribadi jarang kasih like atau komentar. Biasanya cuma lihat aja, sudah cukup. Kalau informasinya memang dibutuhkan ya saya simpan atau ingat aja. Jadi lebih sering jadi penonton saja.”

Pernyataan tersebut menggambarkan adanya kecenderungan perilaku pasif dalam penggunaan media sosial. Ketertarikan terhadap konten tidak selalu diikuti dengan interaksi aktif seperti memberi tanda suka atau komentar. Pola ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna lebih berorientasi pada konsumsi informasi daripada partisipasi. Kondisi ini penting dipahami karena rendahnya interaksi tidak selalu berarti konten tidak efektif, melainkan mencerminkan karakteristik pengguna sebagai pengamat. Pendapat lain juga disampaikan oleh informan berikut:

“Menurut saya sudah cukup membantu, apalagi untuk info transportasi. Biasanya saya lihat kalau ada pengumuman atau kondisi jalan. Informasinya sudah jelas, tapi kadang update-nya kurang sering. Jadi kalau bisa sih lebih rutin lagi supaya tidak ketinggalan info terbaru.”¹²¹

Masukan tersebut menunjukkan bahwa meskipun fungsi informasi telah berjalan dengan baik, masih terdapat harapan terhadap peningkatan frekuensi pembaruan konten. Kebutuhan akan informasi yang terus diperbarui menjadi hal penting, terutama pada bidang transportasi yang bersifat dinamis. Intensitas posting yang belum optimal berpotensi mengurangi nilai kegunaan informasi, meskipun

¹²¹ Wawancara dengan Followers/Masyarakat Nurhikmah

kualitas konten sudah dinilai baik oleh masyarakat. Instagram telah dimanfaatkan secara aktif sebagai sumber informasi yang praktis dan relevan. Pola penggunaan yang cenderung pasif menjadi karakteristik yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media sosial. Hal tidak mengurangi fungsi utama sebagai penyedia informasi, namun menunjukkan adanya ruang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna melalui strategi komunikasi yang lebih interaktif.

Pola pengelolaan Instagram di Dinas Perhubungan Aceh terbentuk melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari kebijakan pimpinan, perencanaan konten, produksi oleh tim teknis, hingga distribusi kepada masyarakat. Seluruh temuan didasarkan pada hasil wawancara yang menunjukkan konsistensi antar informan. Instagram telah berfungsi sebagai media utama dalam penyampaian informasi publik dengan tingkat efektivitas yang cukup tinggi, meskipun masih diperlukan peningkatan pada aspek interaksi dan intensitas pembaruan konten.

3. Kendala dan Peluang Pemanfaatan Instagram sebagai Pusat Informasi

Pemanfaatan Instagram sebagai pusat informasi di Dinas Perhubungan Aceh tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam penyebaran informasi, tetapi juga memperlihatkan berbagai kendala yang dihadapi dalam praktiknya. Hasil wawancara dengan informan internal dan eksternal

menunjukkan adanya tantangan yang berkaitan dengan sumber daya, koordinasi, produksi konten, hingga interaksi dengan masyarakat. Di sisi lain, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan Instagram sebagai media komunikasi publik.

a. Kendala Sumber Daya dan Tuntutan Kecepatan Informasi

Kondisi pengelolaan media sosial pada instansi pemerintahan memperlihatkan adanya tekanan untuk menyampaikan informasi secara cepat tanpa mengabaikan akurasi yang menjadi prinsip utama layanan publik.

Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh mengungkapkan:

“Dalam pengelolaan Instagram ini, tantangan yang kami hadapi memang cukup kompleks. Kami dituntut untuk bisa menyampaikan informasi dengan cepat karena masyarakat membutuhkan informasi secara real-time, terutama terkait transportasi. Namun di sisi lain, kami juga harus memastikan bahwa informasi tersebut benar dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Kondisi di lapangan sering berubah, sehingga kami harus terus memperbarui informasi. Dari sisi sumber daya manusia, masih ada keterbatasan karena tidak semua pegawai memiliki kemampuan dalam mengelola media sosial.”¹²²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram berada pada situasi yang menuntut keseimbangan antara kecepatan dan ketepatan informasi. Tuntutan real-time yang muncul dari kebutuhan masyarakat tidak selalu sejalan dengan proses verifikasi informasi yang memerlukan waktu. Perubahan kondisi lapangan yang dinamis, khususnya pada sektor transportasi, memperkuat kompleksitas tersebut karena informasi yang sudah

¹²² Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si

disampaikan berpotensi menjadi tidak relevan dalam waktu singkat. Hal ini menuntut adanya sistem kerja yang adaptif serta kemampuan pengelola dalam mengambil keputusan secara cepat tanpa mengurangi validitas informasi.

Kasubag Humas juga menegaskan:

“Pembagian waktu juga menjadi tantangan tersendiri. Pegawai memiliki tugas utama masing-masing, sehingga pengelolaan media sosial harus dilakukan secara bersamaan dengan pekerjaan lain. Hal ini membuat proses pengelolaan tidak selalu bisa dilakukan secara maksimal, terutama ketika beban kerja sedang tinggi.”¹²³

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pengelolaan Instagram belum sepenuhnya menjadi fokus utama dalam pembagian kerja pegawai. Tanggung jawab ganda antara tugas pokok dan pengelolaan media sosial berpotensi menurunkan efektivitas kinerja, terutama ketika terjadi peningkatan aktivitas dinas. Kondisi ini mengindikasikan perlunya penguatan struktur kerja yang lebih spesifik dalam pengelolaan media sosial, sehingga tidak bergantung pada pembagian waktu yang terbatas. Tanpa dukungan sumber daya manusia yang memadai, konsistensi dan kualitas informasi akan sulit dipertahankan.

b. Kendala Koordinasi Internal dan Dinamika Respon Publik

¹²³ Wawancara dengan Kasubag Humas Fitri Sari, S.T.

Proses penyebaran informasi tidak terlepas dari koordinasi antar bidang serta interaksi dengan masyarakat yang memiliki karakteristik beragam.

Kasubbag Program dan Humas menjelaskan:

“Kendala yang sering muncul itu berkaitan dengan koordinasi antar bidang. Informasi yang akan dipublikasikan harus kami kumpulkan terlebih dahulu dari masing-masing bagian, dan itu membutuhkan waktu. Kadang data yang dibutuhkan belum tersedia secara cepat, sehingga jadwal posting menjadi tertunda. Kami juga harus memastikan bahwa informasi yang diterima sudah benar sebelum dipublikasikan.”¹²⁴

Hal ini menunjukkan bahwa alur koordinasi internal masih memerlukan waktu yang relatif panjang sebelum informasi dapat dipublikasikan. Ketergantungan terhadap data dari berbagai bidang menyebabkan proses pengumpulan informasi tidak selalu berjalan secara simultan, sehingga berdampak pada keterlambatan penyampaian informasi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sistem komunikasi internal belum sepenuhnya terintegrasi secara efisien. Proses verifikasi yang tetap dijaga menunjukkan komitmen terhadap akurasi, namun di sisi lain menjadi faktor yang memperlambat kecepatan distribusi informasi.

Kasubbag Program dan Humas juga mengemukakan:

“Dari sisi eksternal, tantangan juga datang dari masyarakat. Ada komentar yang sifatnya kritik, bahkan kadang muncul informasi yang tidak benar atau hoaks. Kondisi seperti ini menuntut kami untuk

¹²⁴ Wawancara dengan Kasubbag Humas Fitri Sari, S.T.

segera memberikan klarifikasi supaya tidak terjadi kesalahpahaman yang lebih luas.”¹²⁵

Penyataan diatas menggambarkan bahwa pengelolaan Instagram tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga pada pengelolaan komunikasi publik yang dinamis. Kehadiran kritik dan hoaks menunjukkan bahwa ruang digital memiliki potensi konflik informasi yang cukup tinggi. Tuntutan untuk memberikan klarifikasi secara cepat menjadi penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Situasi ini menegaskan bahwa kemampuan dalam mengelola komunikasi krisis menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pengelolaan media sosial instansi pemerintah.

c. Kendala Konsistensi Konten dan Penyesuaian Tren

Pengelolaan konten memerlukan keseimbangan antara menjaga keberlanjutan publikasi dan menyesuaikan diri dengan dinamika media sosial. Content planner menyebutkan bahwa:

“Kami harus menjaga konsistensi posting sesuai jadwal yang sudah dibuat. Namun di sisi lain, kami juga perlu menyesuaikan dengan tren yang sedang berkembang supaya konten tetap menarik. Kadang ada dilema karena kalau terlalu mengikuti tren, dikhawatirkan konten jadi kurang sesuai dengan fungsi utama sebagai media informasi.”¹²⁶

Ungkapan ini menjelaskan adanya dilema strategis dalam pengelolaan konten, yaitu antara mempertahankan fungsi informatif dan meningkatkan daya tarik konten. Konsistensi dalam penjadwalan menjadi indikator profesionalitas pengelolaan, karena mencerminkan

¹²⁵ Wawancara dengan Kasukbag Humas Fitri Sari, S.T

¹²⁶ Wawancara dengan Konten Planner Dhea Atifa, S.I.Kom

adanya perencanaan yang jelas. Namun, tuntutan untuk mengikuti tren memperlihatkan bahwa pengelola harus tetap responsif terhadap perubahan preferensi audiens. Ketidakseimbangan dalam mengelola kedua aspek ini dapat menyebabkan pergeseran fungsi Instagram dari media informasi menjadi sekadar media hiburan.

Content planner juga menyebutkan:

“Kami berusaha menyeimbangkan antara konten informatif dan konten yang menarik secara visual. Tidak semua tren bisa diikuti, jadi harus dipilih mana yang masih relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat.”¹²⁷

Jelas bahwa proses seleksi terhadap tren menjadi langkah penting dalam menjaga relevansi konten. Tidak semua tren memiliki nilai informatif yang sesuai dengan kebutuhan publik, sehingga diperlukan pertimbangan yang matang dalam menentukan konten yang akan dipublikasikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten tidak bersifat reaktif semata, tetapi melibatkan proses pertimbangan strategis agar fungsi utama sebagai penyedia informasi tetap terjaga.

d. Kendala Interaksi dengan Audiens

Interaksi dengan masyarakat melalui media sosial menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas komunikasi publik. Admin Instagram mengungkapkan:

“Interaksi dengan followers cukup tinggi, terutama melalui komentar dan pesan langsung. Namun kami belum bisa merespon semuanya

¹²⁷ Wawancara dengan Konten Planner Dhea Atifa, S.I.Kom

dengan cepat karena keterbatasan waktu. Kami tetap berusaha membalas, tetapi memang belum maksimal.”¹²⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tingginya interaksi masyarakat merupakan indikator bahwa Instagram telah berfungsi sebagai saluran komunikasi yang aktif. Namun, keterbatasan dalam memberikan respon secara cepat menciptakan kesenjangan antara ekspektasi masyarakat dan kemampuan pengelola. Kondisi ini berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan, karena media sosial pada dasarnya menuntut responsivitas yang tinggi.

Admin Instagram juga menyebutkan:

“Kami menyadari bahwa respon yang cepat itu penting, karena masyarakat berharap bisa langsung mendapatkan jawaban. Hal ini menjadi perhatian kami untuk ke depan agar pelayanan bisa lebih baik.”¹²⁹

Kesadaran terhadap pentingnya kecepatan respon menunjukkan adanya evaluasi internal terhadap kinerja pengelolaan media sosial. Hal ini menjadi dasar untuk melakukan perbaikan di masa mendatang, baik melalui peningkatan sumber daya maupun pengembangan sistem respon yang lebih efektif. Upaya tersebut diperlukan agar interaksi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi benar-benar menjadi komunikasi dua arah yang responsif.

¹²⁸ Wawancara dengan Admin Instagram Amsyal Bunayya, S.Pdi

¹²⁹ Wawancara dengan Admin Instagram Amsyal Bunayya, S.Pdi

e. Kendala Produksi Konten Visual

Proses produksi konten menjadi bagian penting yang menentukan kualitas penyampaian informasi melalui Instagram.

Sesuai dengan pernyataan tim desain sebagai berikut:

“saya dan tim harus menyesuaikan dengan jadwal posting yang sudah ditentukan. Waktu yang tersedia kadang terbatas, sementara kami juga dituntut untuk menghasilkan desain yang menarik dan tidak monoton.”¹³⁰

Pernyataan ini menunjukkan bahwa tekanan waktu menjadi faktor utama dalam proses produksi konten visual. Keterbatasan waktu berpotensi memengaruhi kualitas desain apabila tidak diimbangi dengan manajemen kerja yang baik. Tuntutan untuk tetap kreatif dalam kondisi waktu yang terbatas menunjukkan bahwa proses produksi tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan adaptasi yang tinggi.

Tim foto dan video menjelaskan:

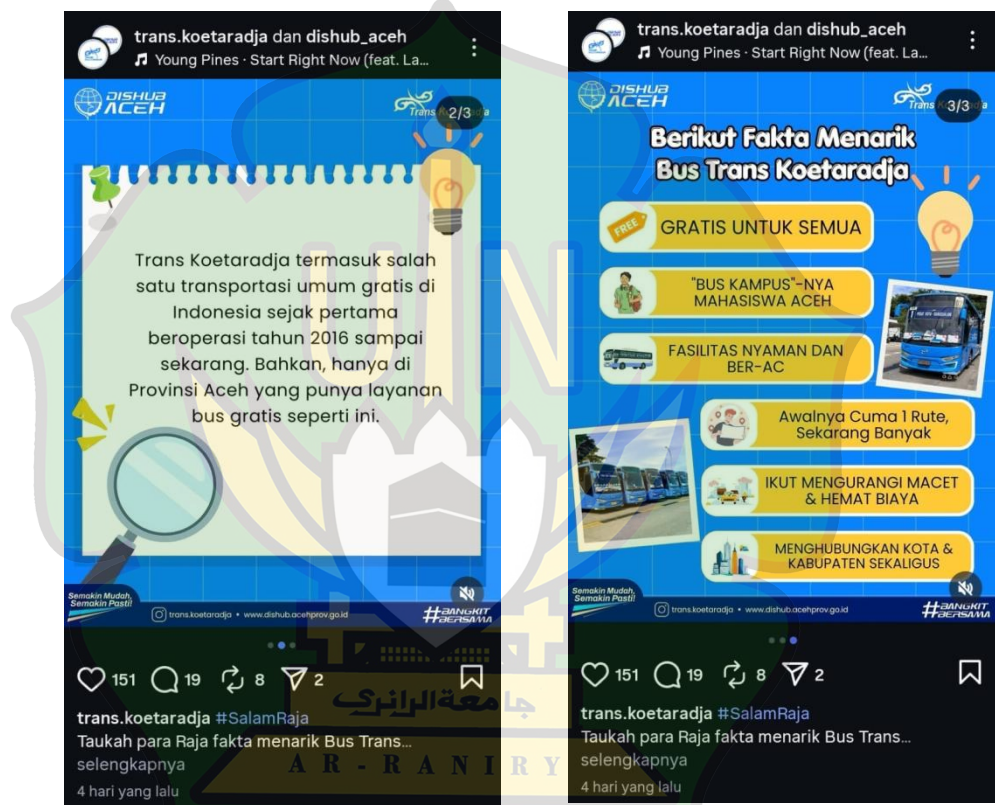
“Kendala yang sering kami hadapi itu dari segi waktu dan peralatan. Kegiatan dinas cukup banyak, jadi proses dokumentasi harus dilakukan dengan cepat, lalu dilanjutkan editing. Waktu yang tersedia kadang tidak terlalu panjang.”¹³¹

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa keterbatasan fasilitas dan waktu menjadi hambatan dalam menghasilkan konten yang optimal. Banyaknya kegiatan dinas menuntut tim untuk bekerja

¹³⁰ Wawancara dengan Teknisi Design M. Najian, ST

¹³¹ Wawancara dengan Teknisi Foto/Video Midika Utama Putra, A.Md

secara cepat dalam proses dokumentasi, yang kemudian dilanjutkan dengan tahap pengolahan konten. Kondisi ini menunjukkan bahwa efisiensi kerja menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas produksi, meskipun dalam keterbatasan sumber daya. Berikut adalah beberapa postingan hasil foto yang ada di Instagram Dishub Aceh



f. Perspektif Masyarakat terhadap Kendala Layanan Informasi

Pandangan masyarakat memberikan gambaran nyata mengenai kualitas pelayanan informasi yang dirasakan secara langsung. Salah satu masyarakat menyampaikan:

“Saya pernah tanya lewat komentar, tapi responnya lama. Menurut saya kalau bisa responnya lebih cepat supaya informasi yang kita butuhkan bisa langsung didapat.”

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan respon dalam media sosial. Instagram dipandang sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan interaksi langsung, sehingga keterlambatan respon dapat menimbulkan ketidakpuasan. Hal ini memperlihatkan bahwa kecepatan bukan hanya menjadi kebutuhan teknis, tetapi juga bagian dari kualitas pelayanan publik.¹³²

Masyarakat lainnya mengungkapkan:

“Informasinya sebenarnya sudah membantu, tapi kadang update-nya belum terlalu sering. Jadi kalau mau cari informasi terbaru, saya kadang harus cek ke sumber lain.”¹³³

Frekuensi pembaruan informasi masih menjadi perhatian utama bagi pengguna. Informasi yang tidak diperbarui secara berkala berpotensi kehilangan relevansi, terutama pada bidang transportasi yang sangat dinamis. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam penyampaian informasi menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap akun sebagai sumber informasi utama.

¹³² Wawancara dengan Follower/Masyarakat Al-Mush

¹³³ Wawancara dengan Follower/Masyarakat Nurhikmah

h. Peluang Pengembangan Instagram ke Depan

Di balik berbagai kendala yang dihadapi, terdapat peluang besar untuk mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi publik.

Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh menyampaikan:

“Ke depan, kami melihat peluang yang sangat besar karena pengguna media sosial terus meningkat. Kami ingin mengembangkan konten yang lebih interaktif dan informatif agar masyarakat lebih tertarik dan mudah memahami informasi.”¹³⁴

Hasil wawancara diatas menjelaskn bahwa peningkatan jumlah pengguna media sosial menjadi faktor pendukung dalam memperluas jangkauan informasi. Pengembangan konten interaktif dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat sekaligus memperkuat fungsi komunikasi publik. Hal ini menandakan adanya orientasi ke depan dalam pengelolaan media sosial. Selanjutnya Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh juga menambahkan:

“Kami juga berencana meningkatkan kualitas pengelolaan, baik dari sisi sumber daya manusia maupun teknologi. sehingga penyebaran informasi bisa lebih luas dan pelayanan kepada masyarakat bisa lebih optimal.”¹³⁵

Hal ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas internal menjadi langkah strategis dalam mengembangkan Instagram sebagai pusat informasi. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia serta dukungan teknologi akan memberikan dampak langsung terhadap kualitas pengelolaan. Upaya ini menunjukkan bahwa pemanfaatan

¹³⁴ Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si.

¹³⁵ Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT,M.Si.

Instagram tidak berhenti pada kondisi saat ini, tetapi terus diarahkan untuk berkembang secara berkelanjutan.

C. Pembahasan

1. Pola Pengelolaan dan Penyebaran Informasi melalui Instagram

Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa Dinas Perhubungan Aceh telah menjadikan Instagram sebagai media utama dalam penyebaran informasi publik dengan pola pengelolaan yang tersusun melalui tahapan yang jelas. Proses tersebut dimulai dari perencanaan konten yang dilakukan secara berkala, dilanjutkan dengan produksi oleh tim teknis yang melibatkan desain serta dokumentasi foto dan video, hingga tahap distribusi kepada masyarakat melalui berbagai format konten. Keterlibatan pimpinan, humas, dan tim multimedia memperlihatkan bahwa pengelolaan tidak dilakukan secara individual, melainkan melalui kerja kolektif yang memiliki peran masing-masing. Informasi yang disampaikan cenderung berfokus pada kebutuhan praktis masyarakat, seperti kondisi lalu lintas, pengumuman kebijakan, dan kegiatan dinas, sehingga memiliki relevansi yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui teori manajemen komunikasi publik yang menekankan bahwa penyampaian informasi yang efektif memerlukan tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Keberadaan proses perencanaan konten menunjukkan bahwa instansi telah menerapkan prinsip dasar komunikasi yang terarah, di mana pesan yang disampaikan tidak bersifat spontan, melainkan disusun

berdasarkan kebutuhan dan tujuan tertentu. Pemanfaatan Instagram juga dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi eksternal yang bertujuan membangun hubungan dengan masyarakat sebagai publik utama. Media sosial dalam hal ini berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan sekaligus sebagai ruang interaksi, meskipun intensitas interaksi tersebut masih terbatas.

Hasil mengenai penjadwalan konten dan penyesuaian dengan tren digital selanjutnya dapat dikaitkan dengan teori uses and gratifications. Teori ini menjelaskan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka, baik kebutuhan informasi, hiburan, maupun kemudahan akses. Konten yang disajikan dalam bentuk singkat, visual, dan langsung pada inti informasi menunjukkan adanya upaya memenuhi kebutuhan tersebut. Masyarakat lebih cenderung mengakses informasi yang mudah dipahami dan tidak memerlukan waktu lama, sehingga pengemasan konten menjadi faktor penting dalam menentukan efektivitas komunikasi.

Keterlibatan tim desain serta tim foto dan video dalam produksi konten memperlihatkan bahwa aspek visual menjadi perhatian utama dalam penyampaian informasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa pesan tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak. Konsistensi dalam penggunaan elemen visual tersebut membentuk identitas yang mudah dikenali oleh audiens, sekaligus memperkuat citra instansi

sebagai lembaga yang profesional. Citra yang terbentuk melalui tampilan visual yang konsisten berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Pada tahap distribusi, penggunaan Instagram sebagai media utama menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Pemanfaatan fitur seperti feed dan video singkat mencerminkan penyesuaian terhadap pola konsumsi informasi masyarakat yang cenderung cepat dan berbasis visual. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat interaksi masyarakat masih relatif rendah, di mana sebagian besar pengguna hanya mengakses informasi tanpa memberikan respon aktif. Kondisi ini dapat dianalisis melalui teori partisipasi publik yang menekankan bahwa keterlibatan masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan media, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan. Media yang tersedia tidak secara otomatis menghasilkan partisipasi jika tidak disertai dengan upaya mendorong keterlibatan.

Analisis peneliti menunjukkan bahwa pola pengelolaan Instagram di Dinas Perhubungan Aceh telah memenuhi unsur dasar dalam manajemen komunikasi, namun masih berada pada tahap dominasi penyampaian informasi. Struktur pengelolaan yang sudah terbentuk dengan baik menjadi kekuatan utama dalam menjaga konsistensi dan kualitas informasi. Akan tetapi, fungsi media sosial sebagai ruang interaksi belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini terlihat dari kecenderungan komunikasi yang

masih bersifat satu arah, di mana instansi lebih banyak menyampaikan informasi daripada membangun dialog dengan masyarakat.

Efektivitas Instagram sebagai pusat informasi tidak hanya ditentukan oleh keteraturan pengelolaan, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan komunikasi yang partisipatif. Penguatan pada aspek interaksi, seperti peningkatan respon terhadap komentar, pemanfaatan fitur interaktif, serta penyusunan konten yang mendorong partisipasi, dapat menjadi langkah strategis dalam mengoptimalkan fungsi media sosial. Instagram tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang mampu memperkuat hubungan antara instansi dan masyarakat secara lebih dinamis.

2. Kendala dan Peluang Pemanfaatan Instagram sebagai Pusat Informasi

Hasil temuan lapangan memperlihatkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perhubungan Aceh menghadapi sejumlah kendala yang bersumber dari aspek internal organisasi maupun dinamika eksternal masyarakat, namun pada saat yang sama terdapat peluang yang cukup besar untuk pengembangan lebih lanjut. Dari sisi internal, kendala utama berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia, belum optimalnya koordinasi lintas bidang, serta tuntutan untuk menjaga keseimbangan antara kecepatan penyampaian informasi dan tingkat akurasi. Sementara itu, dari sisi eksternal, muncul tantangan berupa tingginya ekspektasi masyarakat terhadap kecepatan respon, adanya kritik publik, serta potensi penyebaran

informasi yang tidak akurat di media sosial. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pengguna Instagram serta perkembangan fitur platform memberikan peluang strategis untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kualitas komunikasi publik.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui teori komunikasi digital pemerintahan yang menempatkan media sosial sebagai sarana utama dalam interaksi antara instansi publik dan masyarakat. Teori ini menekankan bahwa komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan berlangsung secara dinamis dengan melibatkan partisipasi audiens. Kendala berupa lambatnya respon terhadap komentar dan pesan menunjukkan bahwa fungsi interaktivitas belum berjalan optimal. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara tuntutan komunikasi digital yang bersifat real-time dengan kapasitas internal organisasi yang masih terbatas.

Kendala terkait keseimbangan antara kecepatan dan akurasi informasi dapat dianalisis menggunakan teori manajemen komunikasi krisis. Teori ini menjelaskan bahwa dalam situasi yang membutuhkan penyampaian informasi secara cepat, organisasi sering dihadapkan pada risiko kesalahan apabila proses verifikasi tidak dilakukan secara memadai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi lapangan yang dinamis, khususnya pada sektor transportasi, menuntut pembaruan informasi secara terus-menerus. Situasi ini menempatkan pengelola pada posisi yang harus mengambil keputusan secara cepat tanpa mengabaikan ketepatan informasi.

Apabila tidak dikelola dengan baik, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan misinformasi yang dapat memengaruhi kepercayaan publik.

Permasalahan koordinasi lintas bidang yang ditemukan dalam penelitian juga dapat dijelaskan melalui teori komunikasi organisasi. Teori ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kelancaran arus informasi antar unit kerja. Keterlambatan dalam pengumpulan data yang terjadi menunjukkan bahwa alur komunikasi internal belum sepenuhnya efisien. Dampaknya terlihat pada keterlambatan publikasi konten, yang pada akhirnya memengaruhi kecepatan penyampaian informasi kepada masyarakat. Analisis ini menunjukkan bahwa penguatan sistem koordinasi internal menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan kinerja komunikasi eksternal.

Keterbatasan sumber daya manusia serta tingginya beban interaksi dengan audiens dapat dianalisis melalui teori interaktivitas media sosial. Teori ini menekankan bahwa keberhasilan media sosial tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun komunikasi dua arah. Temuan lapangan menunjukkan bahwa jumlah komentar dan pesan yang masuk cukup tinggi, namun belum seluruhnya dapat direspon secara cepat. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan masyarakat, meskipun informasi yang disampaikan sudah relevan. Analisis penulis menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia, baik dari segi jumlah maupun kompetensi, menjadi faktor penting dalam mengatasi permasalahan ini.

Dari sisi teknis, kendala dalam produksi konten yang berkaitan dengan keterbatasan waktu dan peralatan dapat dijelaskan melalui teori produksi media. Teori ini menyatakan bahwa kualitas output sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya, termasuk teknologi dan waktu produksi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa banyaknya kegiatan dinas menuntut tim teknis untuk bekerja secara cepat, sehingga berpotensi memengaruhi kualitas konten apabila tidak diimbangi dengan peralatan yang memadai. Analisis penulis menekankan bahwa efisiensi kerja dan dukungan fasilitas menjadi aspek penting dalam menjaga kualitas produksi konten secara berkelanjutan.

Di tengah berbagai kendala tersebut, peluang pengembangan Instagram sebagai pusat informasi tetap terbuka luas. Fenomena meningkatnya penggunaan media sosial di masyarakat dapat dijelaskan melalui teori difusi inovasi, yang menyatakan bahwa adopsi teknologi baru akan semakin meluas apabila memberikan manfaat yang nyata bagi pengguna. Instagram telah menjadi platform yang relevan karena mampu menyediakan informasi secara cepat, visual, dan mudah diakses. Fitur-fitur interaktif seperti video singkat, story, dan kolom komentar memberikan ruang bagi instansi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat secara lebih aktif.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa peluang tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Kendala internal yang masih dominan menunjukkan bahwa kapasitas organisasi belum sepenuhnya

sejalan dengan tuntutan komunikasi digital yang terus berkembang. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi yang tersedia dengan kemampuan pengelolaan yang dimiliki. Strategi pengembangan perlu difokuskan pada penguatan sumber daya manusia, peningkatan koordinasi internal, serta optimalisasi pemanfaatan fitur digital. Asumsi peneliti melihat bahwa posisi Instagram di Dinas Perhubungan Aceh berada pada tahap berkembang dengan potensi yang besar untuk ditingkatkan. Kendala yang muncul bukan merupakan hambatan permanen, melainkan indikator perlunya perbaikan dalam sistem pengelolaan. Peluang yang tersedia, terutama dari sisi perkembangan teknologi dan tingginya minat masyarakat, dapat menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik. Pengelolaan yang lebih responsif, terintegrasi, dan berorientasi pada kebutuhan audiens akan memperkuat fungsi Instagram tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi publik yang lebih interaktif dan berkelanjutan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan Instagram sebagai pusat informasi pada Dinas Perhubungan Aceh, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pola pengelolaan dan penyebaran informasi melalui Instagram pada Dinas Perhubungan Aceh menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial telah dilakukan secara terstruktur dan terorganisir. Instagram digunakan sebagai media utama karena mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat, didukung oleh perencanaan konten yang sistematis serta koordinasi lintas bidang untuk menjaga keakuratan dan relevansi informasi. Proses produksi melibatkan tim teknis yang bekerja secara terkoordinasi dengan standar visual yang konsisten, sehingga kualitas dan identitas akun tetap terjaga. Penyajian informasi disesuaikan dengan karakteristik audiens melalui konten yang ringkas, visual, dan mudah dipahami, terutama terkait informasi lalu lintas dan pengumuman. Meskipun demikian, pola komunikasi yang terbentuk masih cenderung satu arah, di mana masyarakat lebih banyak berperan sebagai penerima informasi. Secara umum, penggunaan Instagram telah mendukung transparansi informasi serta membangun citra instansi yang responsif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

- b. Pemanfaatan Instagram sebagai pusat informasi masih menghadapi berbagai kendala sekaligus peluang pengembangan yang signifikan. Kendala utama terletak pada keterbatasan sumber daya manusia, khususnya dalam merespon interaksi publik secara cepat dan konsisten, serta belum optimalnya koordinasi internal yang berdampak pada keterlambatan publikasi informasi. Tuntutan penyampaian informasi secara real-time juga harus diimbangi dengan kehati-hatian dalam menjaga keakuratan data. Dari sisi teknis, keterbatasan waktu dan peralatan memengaruhi kualitas produksi konten, sementara karakteristik audiens yang cenderung pasif menyebabkan tingkat interaksi relatif rendah. Di sisi lain, tingginya penggunaan Instagram dan perkembangan fitur digital menjadi peluang besar dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik. Pemanfaatan fitur interaktif, pengembangan konten kreatif, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan optimalisasi teknologi menjadi langkah penting untuk mengatasi kendala dan memaksimalkan peran Instagram sebagai pusat informasi yang lebih efektif dan responsif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Dinas Perhubungan Aceh perlu mengadakan pelatihan secara berkala terkait pengelolaan media sosial, komunikasi digital, serta manajemen konten agar kualitas pengelolaan Instagram semakin optimal.

- b. Diperlukan sistem koordinasi yang lebih terintegrasi antar bidang untuk mempercepat alur penyampaian informasi sehingga publikasi konten dapat dilakukan secara lebih tepat waktu.
- c. Pengelola Instagram perlu meningkatkan kecepatan dan kualitas respon terhadap komentar maupun pesan dari masyarakat guna memperkuat interaksi dan kepercayaan publik.
- d. Pembaruan informasi perlu dilakukan secara lebih rutin agar masyarakat memperoleh informasi yang selalu aktual dan relevan dengan kondisi terkini.
- e. Penggunaan fitur seperti polling, Q&A, dan live streaming dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam komunikasi dua arah.
- f. Konten yang disajikan perlu tetap menjaga keseimbangan antara aspek informatif dan daya tarik visual agar tidak kehilangan fungsi utama sebagai media informasi publik.
- g. Evaluasi terhadap performa Instagram perlu dilakukan secara rutin untuk mengetahui efektivitas strategi yang diterapkan serta sebagai dasar dalam melakukan perbaikan.
- h. Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang mampu membangun hubungan yang lebih dekat antara instansi dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- BRT Trans Cirebon melalui perancangan sistem informasi berbasis website. *Jurnal Manajemen Informatika, Sistem Informasi dan Teknologi Komputer (JUMISTIK)*, 4(2), 477–485.
- Akhyar, A. (2023). Kualitas pelayanan publik: Suatu tinjauan mengenai kepuasan masyarakat. *Jurnal Penkomi*, 6(2), 103–113.
- Amalia, N., Marlina, M., & Asmara, R. (2025). Strategi penyajian informasi publik melalui infografis pada media sosial Diskominfo Provinsi Sumatera Barat. *Journal Net Library and Information*, 2(2), 100–110.
- Andaryanto, A., Santoso, J. W., & Winarno, A. (2024). Prinsip dan peran logika sebagai dasar penalaran ilmiah di era informasi. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(4), 189–198.
- Anggraini, C., & Mihardja, E. J. (2025). Pendayagunaan platform media sosial oleh Kementerian Pekerjaan Umum. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 83–91.
- Anjelina, M., Sanga, K. P., & Lamawitak, P. L. (2024). Analisis akuntansi keperilakuan dalam proses penganggaran. *Accounting Unipa*, 3(2).
- Arimiawati, I., & Astuti, V. F. (2025). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik. *Jurnal Kajian Teori dan Praktik Pendidikan*, 6(2).
- Asmita, R. A., Dayu, S. R., & Kamaly, N. (2025). Efektivitas penggunaan dana otsus dalam mendukung layanan transportasi publik. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(3), 679–689.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2025). Diakses dari <https://survei.apjii.or.id/>
- Asri, I. (2022). Strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai. *Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285.
- Awaludin, M. I., & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh elemen visual pada konten Instagram. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 9(2), 529–544.
- Azhari, M. (2022). Pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan. *Aliansi Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 71–78.
- Basiroen, V. J., et al. (2024). *Dasar-dasar desain komunikasi visual*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Brilliant, M. G., Meilala, R. R. S., & Herwanis, D. (2024). Manajemen transportasi akibat kemacetan. *Sammajiva Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 42–53.

- Cahyani, P., et al. (2024). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi publik. *Bina Sarana Informatika*.
- Dahlia, D., Wulandari, S., & Indrawan, I. (2025). Teknik pengumpulan data evaluasi pendidikan. *Jotika Journal in Education*, 4(2), 63–69.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi. *Jurnal PIKMA*, 6(1), 173–190.
- Damayanti, D. (2022). Analisis penggunaan media sosial Instagram terhadap peningkatan omzet. (Skripsi).
- Devi, A. S., et al. (2024). Strategi wawancara kandidat. *Master Manajemen*, 2(2), 66–78.
- Ditasman, D., & Amrullah, A. (2024). Reformasi pelayanan publik berbasis digitalisasi. *Journal of Governance and Public Administration*, 1(3), 525–533.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fadila, R. N., et al. (2024). *Media, komunikasi dan jurnalistik di era digital*.
- Fatma, E., & Syahrani, R. A. (2024). Pemanfaatan media sosial di Diskominfo Aceh Barat. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(8), 639–650.
- Fauzia, H., et al. (2025). Peran humas dalam pengelolaan media sosial Instagram. *Komunikologi*, 9(1), 26–39.
- Fatahillah, D. S. S. A. (2025). Penerapan open government. (Tesis).
- Febriasari, M. A. (2022). Intervensi guru terhadap siswa disleksia. (Skripsi).
- Ginting, D. C. A., et al. (2024). Analisis jejaring sosial terhadap interaksi sosial. *PPIMAN*, 2(1), 22–29.
- Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational communication*. New York: McGraw-Hill.
- Habibi, K. (2025). Strategi promosi wisata religi Aceh. *Media Wisata*, 23(2), 516–526.
- Haqqi, A. (2023). Unsur kebaruan dalam penelitian. *Nazharat*, 29(2), 221–230.
- Hanafiah, A. N., et al. (2024). Peran konten edukatif Instagram. *Brand Communication*, 3(3), 287–299.
- Heriyanto, H. (2022). Urgensi e-government dalam pelayanan publik. *Musamus Journal of Public Administration*, 4(2), 129–138.
- Hidayat, R., et al. (2025). Langkah penelitian manajemen pendidikan. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6), 509–523.
- Irawan, D., & Nastasya, R. (2023). Pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 1(1), 39–48.

- Irawan, E. P., et al. (2025). *Komunikasi pelayanan publik*.
- Janjani, A. (2024). Komunikasi publik program pemerintah. (Skripsi).
- Jannah, M. (2025). Pendekatan metode penelitian. *Jurnal Pendidikan Islam*, 23–40.
- Kinasih, A. S., et al. (2024). Pendekatan RME dalam pembelajaran matematika. *Kalam Cendekia*, 12(3).
- Kusuma, D. A., et al. (2024). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi pemerintah. *Ekasakti Journal*, 5(1), 23–32.
- Laily, I. M., et al. (2022). Instagram sebagai media pembelajaran. *Munaddhomah*, 3(2), 160–174.
- Lase, C. N. M., et al. (2025). Transformasi sosial di era digital. *Jurnal Multidisipliner*, 1(3), 164–171.
- Linda, L., et al. (2023). Strategi guru pasca pandemi. (Skripsi).
- Maulvi, H. R., et al. (2023). Peran media sosial bagi humas pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101.
- Masmuh, A. (2013). *Komunikasi organisasi dalam perspektif teori dan praktik*. Malang: UMM Press.
- Mentari, G. S. (2024). Pemanfaatan Instagram sebagai komunikasi publik.
- Mesti, H. (2025). Pemanfaatan ChatGPT dalam penelusuran informasi. (Skripsi).
- Myers, G. E., & Myers, M. T. (1987). *Teori-teori manajemen komunikasi*.
- Nadya, I. T., & Saleh, A. (2025). Pemanfaatan media sosial Instagram. *PROMEDIA*, 11(2), 484–507.
- Niko, T. (2024). Komunikasi organisasi dalam media sosial. (Disertasi).
- Ningsih, A. F., et al. (2024). Pengaruh inovasi teknologi sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–12.
- Noor, M. R. H., et al. (2025). Pengelolaan akun Instagram Dishub. *All Fields of Science Journal*, 5(3), 59–70.
- Noventa, C., et al. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai sarana informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 626–635.
- Nugraha, A. R., et al. (2022). Strategi humas pemerintahan. *Profesi Humas*, 6(2), 286–310.
- Nugraha, P. S., & Irwansyah. (2022). Media sosial dalam kehumasan digital. *Interaksi*, 11(1), 35–48.
- Nurhayati, N., et al. (2024). *Metodologi penelitian kualitatif*.

Lampiran

Pedoman Wawancara

**ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM
SEBAGAI PUSAT INFORMASI
PADA DINAS PERHUBUNGAN ACEH**

1. Kepala Dinas & Sekretaris

1. Bagaimana pandangan Bapak mengenai pentingnya Instagram sebagai media informasi publik?
2. Apa tujuan strategis penggunaan Instagram di Dinas Perhubungan Aceh?
3. Bagaimana kebijakan instansi terkait penggunaan media sosial, khususnya Instagram?
4. Sejauh mana Instagram mendukung transparansi informasi kepada masyarakat?
5. Bagaimana pengawasan terhadap konten yang dipublikasikan?
6. Apa indikator keberhasilan penggunaan Instagram menurut pimpinan?
7. Bagaimana koordinasi antara pimpinan dan tim pengelola media sosial?
8. Apa saja tantangan utama dalam pemanfaatan Instagram di instansi ini?
9. Bagaimana dukungan sumber daya (SDM dan anggaran) untuk pengelolaan Instagram?
10. Apakah terdapat evaluasi rutin terhadap kinerja media sosial?
11. Bagaimana respon masyarakat memengaruhi kebijakan komunikasi instansi?
12. Apa langkah yang diambil jika terjadi kesalahan informasi di Instagram?
13. Bagaimana posisi Instagram dibandingkan media informasi lain?
14. Apa peluang pengembangan Instagram ke depan?
15. Apa harapan Bapak terhadap optimalisasi Instagram sebagai pusat informasi?

2. Kasubbag Program Informasi dan Humas

1. Bagaimana peran Humas dalam pengelolaan Instagram?
2. Bagaimana proses perencanaan konten informasi?

3. Apa saja jenis informasi yang diprioritaskan untuk dipublikasikan?
4. Bagaimana koordinasi dengan bidang lain dalam pengumpulan informasi?
5. Bagaimana memastikan keakuratan informasi sebelum diposting?
6. Apa strategi komunikasi yang digunakan di Instagram?
7. Bagaimana cara menentukan target audiens?
8. Apa indikator keberhasilan konten?
9. Bagaimana evaluasi dilakukan terhadap performa Instagram?
10. Kendala internal apa yang sering dihadapi?
11. Kendala eksternal apa yang muncul dari masyarakat?
12. Bagaimana penanganan komentar atau kritik publik?
13. Apakah ada pedoman khusus dalam pengelolaan konten?
14. Bagaimana peran Instagram dalam membangun citra instansi?
15. Apa peluang inovasi yang bisa dikembangkan?

3. Content Planner & Admin Instagram

1. Bagaimana proses perencanaan konten harian/mingguan?
2. Tools atau aplikasi apa yang digunakan dalam mengelola Instagram?
3. Bagaimana menentukan waktu posting yang efektif?
4. Jenis konten apa yang paling diminati audiens?
5. Bagaimana cara meningkatkan engagement (like, komentar, share)?
6. Bagaimana interaksi dengan followers dilakukan?
7. Apa kendala teknis dalam pengelolaan akun?
8. Bagaimana menghadapi komentar negatif atau hoaks?
9. Apakah ada target KPI dalam pengelolaan Instagram?
10. Bagaimana proses koordinasi dengan tim desain, foto, dan video?
11. Seberapa sering dilakukan evaluasi performa konten?
12. Apa strategi untuk menambah jumlah followers?
13. Bagaimana menjaga konsistensi branding akun?
14. Apa tantangan terbesar sebagai admin/content planner?
15. Apa ide pengembangan konten ke depan?

4. Tim Teknis (Desain, Foto, Video)

1. Apa peran Anda dalam produksi konten Instagram?
2. Bagaimana proses pembuatan konten visual (desain/foto/video)?
3. Apakah ada standar visual atau guideline tertentu?
4. Bagaimana koordinasi dengan content planner?
5. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk satu konten?
6. Kendala apa yang sering dihadapi dalam produksi konten?
7. Peralatan apa yang digunakan dalam pembuatan konten?
8. Bagaimana memastikan kualitas visual tetap konsisten?
9. Apakah ada revisi sebelum konten dipublikasikan?
10. Bagaimana mengikuti tren desain atau konten media sosial?
11. Konten seperti apa yang paling efektif menurut Anda?
12. Apakah ada pelatihan untuk meningkatkan skill?
13. Bagaimana mengatasi keterbatasan waktu atau sumber daya?
14. Apa tantangan terbesar dalam produksi konten?
15. Apa inovasi visual yang ingin dikembangkan?

5. Followers (Masyarakat)

1. Seberapa sering Anda mengakses Instagram Dinas Perhubungan Aceh?
2. Apa alasan Anda mengikuti akun tersebut?
3. Jenis informasi apa yang paling Anda butuhkan?
4. Apakah informasi yang disampaikan mudah dipahami?
5. Seberapa cepat informasi diperoleh melalui Instagram?
6. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan akurat?
7. Bagaimana tampilan konten menurut Anda (menarik/tidak)?
8. Apakah Anda pernah berinteraksi (like, komentar, share)?
9. Bagaimana respon admin terhadap pertanyaan atau komentar?
10. Apakah Instagram membantu kebutuhan informasi Anda?
11. Apa kekurangan dari akun tersebut menurut Anda?
12. Apa saran untuk peningkatan konten?
13. Apakah Anda lebih memilih Instagram dibanding media lain?

14. Seberapa besar kepercayaan Anda terhadap informasi di akun tersebut?
15. Apa harapan Anda terhadap pengelolaan Instagram ke depan?



Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian



Gambar1. Wawancara dengan Sekretaris Dinas T. Rizki Fadhil S.SiT, M.Si



Gambar 2. Wawancara dengan Kasukbag Humas Ibu Fitri Sari, S.T.



Gambar 3. Wawancara dengan Content Planner (ICR) Ibu Dhea Atifa, S.I.Kom



Gambar 4. Wawancara dengan Teknisi Foto/Video Bapak Midika utama putra A.Md



Gambar 5. Wawancara dengan Admin Instagram Bapak Amsal Bunaiya, S.PdI.



Gambar 6. Wawancara dengan Bidang Design Grafis Bapak M. Najian S.T



Gambar 7. Wawancara dengan Follower Ibu Nurhikmah

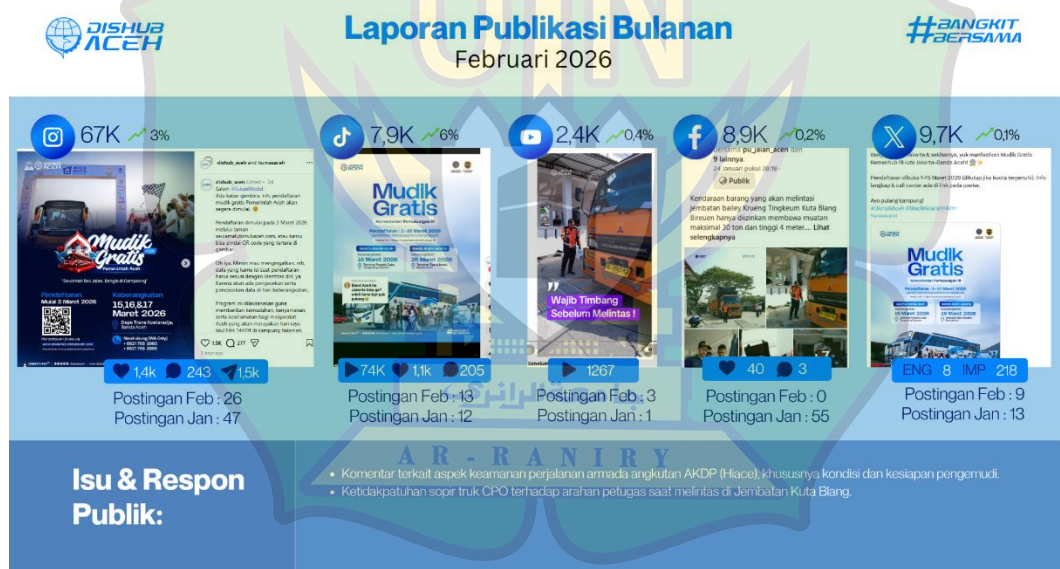


Gambar8. Wawancara dengan Follower Bapak Al Mush



Gambar 9. Wawancara dengan Follower Bapak Martunis

Laporan Bulanan Konten Instagram





Laporan Konten Bulanan

Maret 2026



Laporan Konten Bulanan

April 2026





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : B.724/Un.08/FDK.I/PP.00.9/04/2026

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

Kepala Dinas Perhubungan Aceh

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 200401058

Nama : HALILUL HAQQI

Program Studi/Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Dusun Drien Surau Kaya, Desa Rambong, kec. Setia, Kab Aceh Barat Daya,
Prov. Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI PUSAT INFORMASI PADA DINAS PERHUBUNGAN ACEH**

Banda Aceh, 01 April 2026

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Mahmuddin, M.Si.

NIP. 197210201997031002

Berlaku sampai : 30 Juni 2026

AR - RANIRY

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

Nomor: B.932/Un.08/FDK/KP.00.4/09/2025

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester GANJIL Tahun Akademik 2025/2026

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2025, Tanggal 02 Desember 2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr.: 1) Dr. A. Rani, M.Si..... PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)
2) Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom. PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Halilul Haqqi
NIM/Jurusan : 200401058/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Pusat Informasi Pada Dinas Perhubungan Aceh

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN AR-Raniry Tahun 2025;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 22 Septemebr 2025 M M
30 Rabiulawal 1447 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Kusmawati Hatta

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal : 22 Septemebr 2026 M