BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Dinas Komunikasi, Informatika, Statistika dan Persandian Kabupaten Balangan

Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika (Dishubkominfo) Kabupaten Balangan didirikan pada tahun 2003, bertepatan dengan pembentukan Kabupaten Balangan. Instansi ini awalnya bertugas dalam penyelenggaraan layanan di bidang perhubungan, komunikasi, dan informatika di wilayah Kabupaten Balangan. Namun, seiring dengan perkembangan kebutuhan tata kelola pemerintahan, pada awal tahun 2017, terjadi pemisahan fungsi komunikasi dan informatika dari Dishubkominfo. Pemisahan ini melahirkan instansi baru bernama Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Balangan, yang berfokus pada pengelolaan serta pengembangan teknologi informasi dan komunikasi di Kabupaten Balangan. Pemisahan ini didasarkan pada Peraturan Bupati Nomor 104 Tahun 2017, yang mengubah ketentuan dalam Pasal 4 ayat (3) huruf b angka 3 serta memperbarui bagan struktur organisasi Sekretariat Daerah.[39] Langkah ini diambil untuk memperjelas fungsi dan tugas instansi terkait dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan yang lebih efektif dan efisien.

[39] Dokumen dan arsip Informasi Publik Diskominfosan Kabupaten Balangan.

Selanjutnya, pada bulan Agustus 2021, nama Diskominfosan Kabupaten Balangan mengalami perubahan menjadi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfosan) Kabupaten Balangan. Perubahan ini didasarkan pada Peraturan Daerah Kabupaten Balangan Nomor 2 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Balangan serta Tugas Pokok dan Uraian Tugas Unsur-unsur Organisasi Dinas Perhubungan.[40] Pergantian nama ini mencerminkan perluasan tugas dan fungsi dinas, yang kini mencakup pengelolaan data statistik serta penguatan sistem keamanan informasi melalui bidang persandian.

Perubahan-perubahan ini dilakukan untuk menyesuaikan struktur organisasi perangkat daerah dengan kebutuhan dan dinamika pemerintahan di Kabupaten Balangan.

Tabel 4. 1 Profil Instansi Diskominfosan Kabupaten Balangan

Instansi	:	Dinas Komunikasi Informatika Statistika Dan Persandian Kabupaten Balangan
Alamat	:	Jl. Ahmad Yani KM 3,5 Kel. Batu Piring Kec. Paringin Selatan Kab. Balangan Kode Pos 71642
Telepon/Fax.	:	(0526) 2028434
E-Mail	:	diskominfo@balangankab.go.id
Website	:	www.diskominfo.balangankab.go.id

[40] Rencana Strategis (Renstra) Dinas Komunikasi Informatika, Statistika dan Persandian, Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.

a. Tugas Pokok dan Fungsi Instansi

1) Tugas Pokok

Berdasarkan Peraturan Bupati Balangan Nomor 83 Tahun 2021 Tentang Tugas Pokok, Fungsi Dan Uraian Tugas Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik Dan Persandian, Diskominfosan Kabupaten Balangan mempunyai tugas pokok Membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian serta tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah.

2) Fungsi

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) (Tugas di atas), Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian menyelenggarakan fungsi:[41]

a) Perumusan kebijakan di bidang informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, persandian untuk pengamanan informasi, dan statistik sektoral;

b) Pelaksanaan kebijakan di bidang informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, persandian untuk pengamanan informasi, dan statistik sektoral;

[41] Perbup 83 Tahun 2021 Tupoksi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian.

c) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, persandian untuk pengamanan informasi, dan statistik sektoral;
d) Pelaksanaan administrasi dinas; dan
e) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

b. Visi dan Misi

Dalam Renstra Diskominfosan Kabupaten Balangan 2021-2026, berdasarkan dengan RPJMD Kabupaten Balangan 2021-2026, maka ditetapkan visi dan misi sebagai berikut.

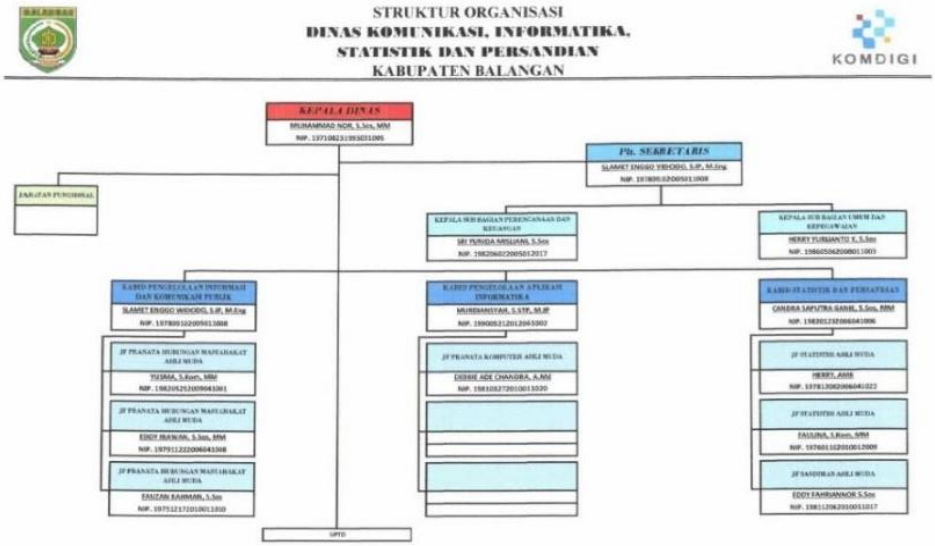
1) Visi

"Membangun desa, menata kota menuju Balangan yang lebih maju dan sejahtera"

2) Misi
   a) Meningkatkan dan mengembangkan infrastruktur perdesaan dan perkotaan
   b) Meningkatkan perekonomian masyarakat Balangan berbasis pertanian dan perkebunan serta pariwisata kreatif
   c) Meningkatkan kualitas pendidikan dan kesehatan masyarakat Balangan
   d) Meningkatkan kualitas dan layanan birokrasi pemerintahan sebagai abdi masyarakat dan abdi negara

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan sesuai tugas pokok dan fungsinya sebagai salah satu perangkat daerah yang bertanggung jawab dalam pencapaian misi kesatu yaitu meningkatkan dan mengembangkan infrastruktur pedesaan dan perkotaan.[42]

c. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan[43]

1) Kepala Dinas;
2) Sekretariat, terdiri dari:
   a) Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan; dan
   b) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;

[42] Rencana Strategis (Renstra) Dinas Komunikasi Informatika, Statistika dan Persandian, Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.
[43] Dokumen dan arsip Informasi Publik Diskominfosan Kabupaten Balangan.

3) Bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik, terdiri dari:
   a) Seksi pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik;
   b) Seksi pengelolaan dokumentasi, produksi, dan diseminasi informasi;
   c) Seksi Pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
4) Bidang pengelolaan aplikasi informatika, terdiri dari:
   a) Seksi tata kelola *e-government*;
   b) Seksi pengelolaan aplikasi dan interoperabilitas data;
   c) Seksi pengelolaan infrastruktur dan sumber daya teknologi informasi;
5) Bidang statistik dan persandian, terdiri dari:
   a) Seksi pengumpulan data statistik;
   b) Seksi pengolahan data statistik sektoral;
   c) Seksi persandian dan keamanan informasi
   6) Kelompok jabatan fungsional

2. Gambaran Umum Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP)

Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) di instansi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) adalah salah satu bidang yang bertanggung jawab atas penyebarluasan informasi pemerintah kepada masyarakat serta pengelolaan komunikasi publik. Saat ini bidang PIKP Diskominfosan Kabupaten Balangan dikepalai oleh Kepala Bidang Slamet Enggo Widodo, S. IP, M. Eng.

Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai tugas mengoordinasikan, membina, mengatur dan mengendalikan pengelolaan informasi dan komunikasi publik.[44]

Dalam melaksanakan tugas, Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik menyelenggarakan fungsi:

a. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan, dan pengendalian pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik;
b. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan, dan pengendalian pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi informasi; dan
c. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan, dan pengendalian pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan.

Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) memiliki tiga sub koordinator yang membantu kepala bidang dalam pembagian tugas dan fungsi dalam bidang PIKP, yaitu: 1) Sub pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik, 2) Sub pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi informasi, dan 3) Sub pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan. Berikut tugas dan fungsi Sub/Seksi dan juga bawahannya disebutkan dalam Perbup 83 Tahun 2021 Tupoksi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian.

[44] Dokumen dan arsip Informasi Publik Diskominfosan Kabupaten Balangan.

a. Sub Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik

Sub/Seksi Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik mempunyai tugas melaksanakan dan memberikan fasilitasi dan supervisi pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik. Sub Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi adalah Yusma S. Kom. MM.

Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud di atas Seksi Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik mempunyai uraian tugas sebagai berikut;

1) Menyiapkan bahan dan menyusun rencana kegiatan pengelolaan aspirasi publik;
2) Mengumpulkan, mengolah, menganalisis dan menyajikan data kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;
3) Menyiapkan bahan dan menyusun petunjuk teknis kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;
4) Menyiapkan bahan dan melaksanakan fasilitasi dan supervisi kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;
5) Menyiapkan bahan koordinasi dan melaksanakan kerja sama dengan satuan/unit kerja dan instansi terkait dalam kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;
6) Menyiapkan bahan dan melaksanakan pemantauan dan evaluasi kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;

7) Menyiapkan bahan dan menyusun laporan kegiatan pengelolaan aspirasi dan layanan publik;
8) Menyiapkan bahan koordinasi monitoring dan analisis opini dan aspirasi publik terhadap penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Daerah;
9) Menyelenggarakan layanan monitoring isu publik di media (media massa dan media sosial), pengumpulan pendapat umum (survei, jajak pendapat), pengolahan aduan masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah;
10) Menyiapkan bahan pelaksanaan koordinasi hasil pengolahan aduan masyarakat dengan instansi dalam ruang lingkup Pemerintah Daerah;
11) Melaksanakan analisis data informasi komunikasi publik dan citra Pemerintah Daerah;
12) Menyusun hasil kajian opini publik di media;
13) Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan pengelolaan opini dan aspirasi publik terhadap penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah;
14) Melaksanakan perumusan kebijakan teknis bidang pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik; dan
15) Melaksanakan tugas lain sesuai bidang tugas dan kewenangannya.;

b. Sub Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi

Sub/seksi Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi melaksanakan dan memberikan fasilitasi dan supervisi pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi. Sub Koordinator Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi adalah Eddy Irawan S. Sos. MM.

Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud di atas, Seksi Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi mempunyai uraian tugas adalah sebagai berikut:

1) Mengumpulkan, mengolah, menganalisis dan menyajikan data pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;
2) Menyiapkan bahan dan menyusun petunjuk teknis pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;
3) Menyiapkan bahan dan melaksanakan fasilitasi dan supervisi pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;
4) Menyiapkan bahan koordinasi dan melaksanakan kerja sama dengan satuan/unit kerja dan instansi terkait dalam pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;
5) Menyiapkan bahan dan melaksanakan pemantauan dan evaluasi pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;
6) Menyiapkan bahan dan menyusun laporan pengelolaan dokumentasi, produksi dan diseminasi;

7) Menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah;
8) Melaksanakan peliputan, pengumpulan, dan pendokumentasian informasi publik;
9) Melaksanakan koordinasi pengolahan informasi tentang kebijakan nasional dan daerah dalam mendukung pembangunan;
10) Melaksanakan koordinasi pengemasan ulang informasi konten nasional menjadi konten daerah untuk mendukung kebijakan pemerintah daerah;
11) Melaksanakan penyediaan konten lintas sektoral;
12) Menyelenggarakan layanan pemantauan tema komunikasi publik lintas sektoral lingkup nasional dan daerah;
13) Menyiapkan bahan perencanaan pelaksanaan diseminasi informasi pembangunan daerah melalui media pemerintah dan media non pemerintah berdasarkan strategi komunikasi kebijakan nasional dan daerah;
14) Melaksanakan diseminasi informasi pembangunan dan kebijakan daerah melalui media pemerintah dan media non pemerintah;
15) Melaksanakan diseminasi informasi langsung kepada masyarakat melalui kegiatan cinema informasi;

16) Melaksanakan klarifikasi dan menggunakan hak jawab di media terkait pemberitaan yang merugikan Pemerintah Daerah; dan
17) Melaksanakan tugas lain sesuai bidang tugas dan kewenangannya.

c. Sub Pengelolaan Komunikasi, Media dan Kemitraan

Sub/seksi Pengelolaan Komunikasi, Media dan Kemitraan melaksanakan dan memberikan fasilitasi dan supervisi pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan. Sub Koordinator Pengelolaan Komunikasi, Media dan Kemitraan adalah Fauzan Rahman S. Sos.

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud di atas, Seksi Pengelolaan Komunikasi, Media dan Kemitraan mempunyai uraian tugas adalah sebagai berikut;

1) Menyiapkan bahan dan menyusun rencana kegiatan pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
2) Mengumpulkan, mengolah, menganalisis dan menyajikan data pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
3) Menyiapkan bahan dan menyusun petunjuk pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
4) Menyiapkan bahan dan melaksanakan fasilitasi dan supervisi pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
5) Menyiapkan bahan koordinasi dan melaksanakan kerja sama dengan satuan/unit kerja dan instansi terkait dalam pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;

6) Menyiapkan bahan dan melaksanakan pemantauan dan evaluasi pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
7) Menyiapkan bahan dan menyusun laporan kinerja pengelolaan komunikasi, media dan kemitraan;
8) Menyiapkan bahan perumusan kebijakan teknis pemberdayaan komunikasi, media dan kemitraan;
9) Mengolah bahan koordinasi dan kerjasama komunikasi, media dan kemitraan;
10) Melaksanakan penguatan kapasitas dan kompetensi sumber daya komunikasi dan informasi melalui bimbingan teknis, diklat, *workshop*, kursus dan program serta kegiatan lainnya;
11) Mengolah bahan pengelolaan sarana dan prasarana sumber daya komunikasi publik dalam mengelola informasi publik;
12) Menyiapkan bahan kebijakan pemberdayaan pejabat fungsional di bidang hubungan masyarakat dan bidang teknologi informasi;
13) Melaksanakan pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM);
14) Melaksanakan kerjasama dengan lembaga dan atau unsur masyarakat terkait dalam rangka menyelenggarakan pertunjukan rakyat;
15) Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan terkait pengelolaan sumber daya komunikasi; dan
16) Melaksanakan tugas lain sesuai bidang tugas dan kewenangannya.

Ketiga sub/seksi ini tentunya saling berkaitan dan bekerja sama, dengan pembagian tugas dan spesifikasi program kegiatannya di masing-masing sub/seksi, mereka mengelola informasi dan komunikasi publik di Kabupaten Balangan dengan tujuan yang sama yaitu memastikan bahwa informasi dari pemerintah dapat disampaikan dengan jelas, cepat, dan tepat sasaran kepada masyarakat, serta memungkinkan adanya umpan balik yang konstruktif dari masyarakat kepada pemerintah. Enggo Slamet Widodo menjelaskan tiga Sub Koordinator yang memiliki tugas penanganan yang berbeda tetapi tetap saling berkaitan dan bekerjasama.

> "*Ada tiga sub koordinator, pertama, yang menangani masalah pemberitaan dan dokumentasi serta Media Center, yang kedua masalah dalam layanan informasi serta pengaduan masyarakat, kemudian yang ketiga adalah tim pengelolaan media atau kemitraan dalam hal ini media massa atau media mainstream yang sudah ada dalam kerjasama bersama pemerintah kabupaten Balangan bersama Diskominfosan. Tentunya ketiganya saling berkaitan*".[45]

Salah satu pusat informasi dan fasilitasi kebutuhan publik terhadap informasi yang dikelola tersebut adalah Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan. Media *Center* adalah lembaga sarana pengelola informasi berbasis internet untuk mengolah dan menyebarluaskan informasi pemerintah daerah. Tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan adalah bagian tim dari Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik.

> "*Sebagai implementasi dari surat edaran direktorat jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, tentang pengelolaan Media Center, maka dibentuklah*

[45] Enggo Slamet Widodo S.IP. MM., wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.

> *Media Center pemerintah kabupaten Balangan yang dikelola oleh Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan. Tujuan adanya Media Center ini adalah pendukung pelaksanaan tugas pemerintahan daerah khususnya dalam penyebarluasan informasi untuk kebutuhan publik dan juga sebaliknya. Menampung informasi pembangunan yang disampaikan oleh publik untuk disebarluaskan kembali. Media Center berperan dalam mengkomunikasikan kebijakan publik secara cepat, tepat, akurat dan relevan agar mudah dipahami serta meningkatkan partisipasi publik dalam pertukaran informasi*".[46]

Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan memiliki peranan penting dalam aktivitas komunikasi pemerintahan kepada masyarakat khususnya penyebaran informasi publik seputar pemerintahan kepada masyarakat, hal ini menjadi salah satu perpanjangan tangan antara pemerintah dan masyarakat.

3. Strategi Komunikasi Penyebaran Informasi Publik di Media Sosial Diskominfosan Kabupaten Balangan

Berdasarkan pada Peraturan Bupati Nomor 83 Tahun 2021 Tentang Tugas Pokok, Fungsi Dan Uraian Tugas Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) sebagai peran hubungan masyarakat di Diskominfosan Kabupaten Balangan, tentu adanya tanggung jawab langsung terhadap proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dalam aktivitas pengelolaan informasi dan komunikasi publik.[47]

Maka untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Bidang PIKP Diskominfosan Kabupaten Balangan dalam penyebaran informasi

---

[46] Muhammad Nor, Kepala Diskominfosan Kabupaten Balangan, dalam video unggahan *YouTube Media Center* Kabupaten balangan. Diakses dari https://youtu.be/FuEqk16TUao?si=09XSePmiqcKMmBNO (Diakses Tanggal 1 Maret 2025).

[47] Perbup Balangan 83 Tahun 2021 Tupoksi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan.

publik di media sosialPenelitimenggunakan model manajemen strategis oleh Fred R David, yang mencakup indikator tahapan perencanaan, implementasi/pelaksanaan dan evaluasi.

a. Perencanaan/Formulasi

Perencanaan strategi komunikasi dalam pengelolaan informasi dan komunikasi publik di Diskominfosan Kabupaten Balangan berpedoman pada Rencana Strategis (Renstra) Diskominfosan Kabupaten Balangan tahun 2021-2026 yang mencakup pengelolaan informasi dan komunikasi publik serta pemanfaatan teknologi digital untuk penyebaran informasi. Selain itu Diskominfosan Kabupaten Balangan juga memiliki Rencana Kerja Tahunan untuk semua program aktivitas termasuk Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik. Renja ini digunakan sebagai konsep perencanaan dan laporan program kerja, evaluasi serta inovasi tahunan.[48]

Tujuan penyebaran informasi publik di Diskominfosan Kabupaten Balangan khususnya pada *platform* digital yaitu sosial media adalah untuk menyampaikan informasi yang akurat, cepat, dan dapat dipahami masyarakat. Selain itu sebagai humas pemerintahan tujuan lainnya adalah meningkatkan transparansi pemerintahan, membangun citra positif pemerintah daerah, serta mendorong partisipasi publik. Seperti yang

[48] "Rancangan Rencana Kerja (Renja) Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan Tahun 2024," t.t., Arsip PPID Diskominfosan Kabupaten Balangan.

disampaikan Kepala Bidang PIKP, bahwa hal ini merupakan bentuk layanan informasi publik yang wajib disampaikan oleh Diskominfosan sendiri.

> "*Kalau secara jangka panjang, perencanaan ini pada intinya bertujuan untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat sesuai dengan visi dan misi kami*".[49]

Lebih spesifik dalam tugas dan fungsi Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sebagai tim atau lembaga yang menyebarkan informasi publik kepada masyarakat Kepala Diskominfosan Kabupaten Balangan menjelaskan bahwa Media *Center* memiliki tujuan komunikasi antara pemerintahan dan publik/masyarakat.

> "*Tujuan adanya Media Center ini adalah pendukung pelaksanaan tugas pemerintahan daerah khususnya dalam penyebarluasan informasi untuk kebutuhan publik dan juga sebaliknya. Menampung informasi pembangunan yang disampaikan oleh publik untuk disebarluaskan kembali. Media Center berperan dalam mengkomunikasikan kebijakan publik secara cepat, tepat, akurat dan relevan agar mudah dipahami serta meningkatkan partisipasi publik dalam pertukaran informasi*."[50]

Dari penjelasan kepala Diskominfosan Kabupaten Balangan tersebut, maka tujuan adanya Media *Center* ini adalah mendukung pelaksanaan tugas pemerintah daerah khususnya dalam penyebarluasan informasi untuk kebutuhan publik dan juga sebaliknya, menampung informasi pembangunan yang disampaikan oleh publik untuk disebarluaskan kembali.

Selain itu untuk merumuskan strategi, perlu adanya analisis lingkungan yang mencakup kekuatan=*Strengths*, kelemahan=*Weaknesses*,

---

[49] Enggo Slamet Widodo, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.
[50] Muhammad Nor, *TAK KENAL MAKA TAK SAYANG. Yuk kenalan dengan Media Center Pemkab Balangan*, cuplikan video *Youtube* Media *Center* Pemkab Balangan.

peluang=*Opportunities* dan tantangan=*Threats* (analisis SWOT). Jika informasi SWOT tidak digunakan dengan benar atau ditafsirkan dengan salah, itu dapat menghambat organisasi untuk menerapkan hasil analisis. Dalam tahap interpretasi, perusahaan harus membentuk kelompok tertentu dari individu atau memasukkan elemen SWOT yang berbeda ke dalam kelompok tertentu.[51] Hal ini juga akan menjadi indikator yang mempengaruhi keberhasilan penyebaran informasi di media sosial untuk membantu Diskominfosan Kabupaten Balangan memahami posisi internal dan eksternal sebelum mengambil keputusan strategis.

Dari hasil penelitian dan observasi Peneliti,Penelitimenganalisis faktor SWOT yang mempengaruhi penyebaran informasi di media sosial. Agar lebih mudah diklasifikasikan,Penelitimemasukkan perumusannya dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Tantangan dan Peluang Pengembangan Pelayanan Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian

No.	Analisis SWOT	Indikator
1.	Kekuatan=*strengths*	a. Tersedianya admin sosial media untuk berbagai *platform* b. Tersedianya fasilitas sarana dan prasarana yang mendukung, seperti dukungan teknologi dan jaringan internet kantor yang stabil serta alat sarana produksi yang cukup memadai c. Komitmen pimpinan terhadap keterbukaan informasi publik.

[51] Christine Namugenyi dkk., "Design of a SWOT Analysis Model and Its Evaluation in Diverse Digital Business Ecosystem Contexts," *Procedia Computer Science* 159 (2019): 1145–54, https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283.

No.	Analisis SWOT	Indikator
2.	Kelemahan=*weaknesses*	a. Kualitas Sumber Daya Manusia belum merata (SDM Pegawai) b. Belum adanya pelatihan berkelanjutan tentang manajemen media sosial c. Kurang promosi, kolaborasi atau iklan digital untuk meningkatkan jangkauan media sosial d. Tidak ada tinjauan optimal mendalam mengenai matrik analitik data untuk media sosial
3.	Peluang=*opportunities*	a. Meningkatnya akses masyarakat Balangan terhadap internet dan *smartphone* b. Tren digitalisasi pelayanan publik yang membuka ruang daring yang lebih interaktif c. Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal, media online, dan *influencer* daerah d. Kepemimpinan Kepala Daerah yang terbuka selanjutnya akan difasilitasi dengan sasaran yang akan dicapai yang berorientasi pada keterbukaan informasi publik sehingga komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat akan berlangsung 2 arah dan ideal
4.	Tantangan=*threats*	a. Kurangnya minat masyarakat terhadap informasi pembangunan dan pemerintahan b. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pelayanan informasi yang ada di Diskominfosan Balangan

Setelah mengetahui tujuan dan menganalisis faktor internal dan eksternal, Diskominfosan dapat merumuskan langkah selanjutnya yaitu dengan mengidentifikasi bentuk program pelayanan informasi publik apa saja yang menjadi patokan sebagai kebutuhan atau bahan informasi yang disalurkan kepada masyarakat, bahan informasi merupakan unsur penting dalam komunikasi yaitu pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam

hal ini Diskominfosan Kabupaten Balangan sebagai humas pemerintahan kepada komunikan yaitu masyarakat Balangan.

Bidang PIKP sendiri memiliki berbagai macam program terkait informasi publik, diantaranya disebutkan dalam Renstra Diskominfosan Kabupaten Balangan tahun 2021-2026, dan dirincikan lagi dalam Keputusan Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan Nomor: 188.46/99/DISKOMINFOSAN-BLG/2021, Tentang Indikator Kinerja Utama (IKU) dan Indikator Kinerja (IK) Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.

Program Kegiatan Sub Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik:[52]

1) Monitoring Opini dan Aspirasi Publik
2) Pelayanan Informasi Publik
3) Pengelolaan Konten dan Perencanaan Media Komunikasi Publik
4) Pengelolaan Media Komunikasi Publik
5) Layanan Hubungan Media
6) Penyelenggaraan Hubungan Masyarakat, Media dan Kemitraan Komunitas

[52] Rencana Strategis (Renstra) Dinas Komunikasi Informatika, Statistika dan Persandian, Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.

Tabel 4. 3 Indikator Kinerja Tahun 2021-2026 Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik Dan Persandian (Bidang PIKP)[53]

No.	Indikator Kinerja	Makna, Alasan Pemilihan, Perhitungan Atau Penjelasan	Penanggung Jawab	Sumber Data
1.	Persentase Pengaduan Masyarakat yang selesai ditindakLanjuti	a. Aspirasi dan Aduan Masyarakat b. Meningkatkan pelayanan dan pembangunan di daerah c. Jumlah aduan masyarakat yang ditindaklanjuti dengan tuntas	Seksi Pengelolaan Aspirasi Dan Layanan Informasi Publik	Aspirasi dan Aduan Masyarakat
2.	Persentase SKPD yang membentuk dan menjalankan PPID Pembantu	a. Layanan Informasi Publik b. Pemohon layanan PPID c. Jumlah SKPD yang membentuk dan menjalankan PPID Pembantu dibagi seluruh SKPD di Lingkungan Pemkab	Seksi Pengelolaan Aspirasi Dan Layanan Informasi Publik	SKPD Lingkup Pemkab Balangan

[53] Indikator Kinerja Utama (IKU) dan Indikator Kinerja (IK) Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.

No.	Indikator Kinerja	Makna, Alasan Pemilihan, Perhitungan Atau Penjelasan	Penanggung Jawab	Sumber Data
		Balangan, dikali 100%		
3.	Jumlah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang dibentuk	a. Pembentukan KIM b. Minimnya KIM di kabupaten Balangan c. Jumlah KIM yang dibentuk dengan adanya regulasi kepala desa	Seksi Pengelolaan Aspirasi Dan Layanan Informasi Publik	KIM Desa
4.	Persentase informasi yang telah disampaikan ke masyarakat	a. Berita Seputar Balangan tersampaikan ke masyarakat b. Keterbukaan informasi publik c. Jumlah konten berita yang dipublikasi/Jumlah konten berita, dikali 100%	Seksi Pengelolaan Dokumentasi, Produksi Dan Diseminasi Informasi	
5.	Jumlah artikel info publik	a. Artikel berita Pemkab Balangan	Seksi Pengelolaan Dokumentasi,	

No.	Indikator Kinerja	Makna, Alasan Pemilihan, Perhitungan Atau Penjelasan	Penanggung Jawab	Sumber Data
		b. Keterbukaan informasi publik c. Jumlah artikel yang dipublikasi pada web info publik	Produksi Dan Diseminasi Informasi	
6.	Persentase publikasi di media massa	a. Publikasi di media cetak, radio dan TV b. Keterbukaan informasi publik c. Jumlah realisasi publikasi media massa dibagi Jumlah target publikasi media massa, dikali 100%	Seksi Pengelolaan Komunikasi, Media Dan Kemitraan	Publikasi di media cetak, radio dan TV

Perencanaan mengenai program dan kegiatan terkait komunikasi dan informasi publik diawali dengan pembentukan program dan kegiatan berdasarkan pada analisa kebutuhan dan dinamisasi pembangunan dengan mengacu kepada visi dan misi Kepala Daerah, serta tujuan dan sasaran.[54]

[54] Rencana Strategis (Renstra) Dinas Komunikasi Informatika, Statistika dan Persandian, Kabupaten Balangan Tahun 2021-2026.

Terkait dengan publikasi atau penyebaran informasi ketiga sub koordinator memiliki sistem pengelolaannya masing-masing, seperti yang sudah dijelaskan oleh Enggo Slamet Widodo selaku kepala bidang PIKP. Diskominfosan Kabupaten Balangan memiliki peran sebagai komunikator atau pihak yang menyampaikan informasi. Jadi pesan atau informasi yang disampaikan akan diproduksi ataupun dikelola oleh Diskominfosan sendiri,

Dalam perencanaan mengenai pengelolaan layanan informasi publik Diskominfosan Kabupaten Balangan, pada Seksi Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik mengelola dan menangani terkait pelayanan informasi dan dokumentasi. Yusma selaku kepala sub koordinator pengelolaan Aspirasi dan Layanan informasi publik menjelaskan sistem pelayanan tersebut berupa Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) melalui media online berupa *website* PPID dan SP4N Lapor, selain itu juga mengelola Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

> "*Dalam sub ini kami mengelola pelayanan informasi dan dokumentasi, yang disebut PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi). Kemudian yang satunya adalah terkait aduan dan aspirasi masyarakat yaitu SP4N Lapor dari kementerian komunikasi dan informatika. untuk disub kami sendiri sebagai pengelola aduan-aduan masyarakat tersebut, untuk ditindaklanjuti dan salurkan kepada SKPD yang bersangkutan. ada satu lagi program prioritas kami itu KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), KIM itu sifatnya dari desa untuk desa, dimana tugas utamanya adalah membuat dan mengelola informasi seputar desanya untuk menonjolkan potensi di desanya agar dikenal luas, itu dari kami yang membentuk dan mensosialisasikan".*[55]

[55] Yusma, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

Dari pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik ini maka sumber data atau informasi yang didapatkan adalah dari pengaduan masyarakat, SKPD dan dari masyarakat atau KIM, seperti yang disebutkan di indikator kinerja sebelumnya.

Kemudian sebagai bentuk promosi terhadap pengaduan masyarakat (SP4N Lapor), layanan PPID dan KIM, kampanye mengenai ini dilakukan di media sosial seperti di *Instagram* dan dapat dilihat secara *offline* seperti banner yang dipasang di event-event tertentu.

> "*Mengenai penyebaran informasi PPID, SP4N Lapor, dan KIM untuk saat ini juga kami cuma sosialisasikan melalui media sosial, baik melalui website dan media sosialnya yaitu Instagram. Dan pada acara-acara tertentu dipasang banner untuk promosi ini"*.[56]

Enggo Slamet Widodo menjelaskan sedangkan untuk perencanaan dalam penyajian informasi maupun berita yang ada di media sosial dikelola oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan di Seksi/Sub Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi.

> "*Dalam perencanaan, karena ini termasuk media pemerintah (Media Center), maksudnya adalah media yang berbasis pemerintahan, otomatis berkenaan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah itu sendiri, dan juga berasal dari masyarakat yang terkait atau memiliki nilai dalam sebuah berita atau informasi (news value). Jadi kaitannya adalah bahan yang kita tayangkan juga merupakan bentuk dari program kerja tim Media Center*".[57]

Pengelolaan media sosial utama berada di Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan atau lembaga pusat Informasi

[56] Yusma, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.
[57] Enggo Slamet Widodo, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.

Pemerintah Kabupaten Balangan yang ada di Seksi Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi, yang sesuai dengan uraian tugasnya adalah menyiapkan bahan dan pengelolaan informasi serta melaksanakan peliputan, pengumpulan dan pendokumentasian informasi publik. Eddy Irawan Selaku kepala Sub koordinator menjelaskan bahwa perencanaan mengenai pengelolaan informasi publik yang diproduksi oleh Media *Center* difokuskan pada produksi pemberitaan seputar pemerintahan di Kabupaten Balangan, selanjutnya publikasi dan dokumentasi dijalankan di berbagai media komunikasi dan *platform* media sosial.

> "*Di sub kami sendiri itu juga lebih fokus kepada produksi informasi dan pemberitaan, serta diseminasi, termasuk di media sosial*".
>
> "*Awalnya Media Center itu dibentuk untuk memenuhi portal berita khususnya Info Publik. Jadi Media Center sendiri adalah instruksi dari kementrian Komunikasi dalam pemberitaan*".
>
> "*Jadi di portal berita itu setiap kabupaten itu ada halaman adminnya dan yang berhak menayangkan disana juga ada redakturnya sendiri, dan disini kami sifatnya kontributor. Jika ada berita yang tidak ada di info publik, disini di media center itu tetap tayang khususnya di media sosial kami. Memang kita di setiap daerah itu disuruh mengirim berita, berita itu termasuk apa saja yang ada di kabupaten kita bisa mengenai masyarakat misalnya, tapi dari kami disini kami lebih banyak mengejar berita-berita pemerintahan*."[58]

Dari wawancara tersebut, menunjukkan bahwa perencanaan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan mengenai informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah berfokus seputar informasi atau

[58] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

pemberitaan kegiatan dan aktivitas kepala daerah, pemerintahan, dan masyarakat.

Langkah-langkah dalam perencanaan produksi pemberitaan atau informasi yang akan disampaikan kepada publik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Agenda Pemberitaan

   Penentuan agenda pemberitaan adalah bagian penting dalam proses perencanaan strategi komunikasi. Bidang PIKP atau Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan menetapkan agenda pemberitaan atau pesan komunikasi yang ingin disampaikan berdasarkan kebutuhan informasi masyarakat melalui monitoring aspirasi dari SP4N Lapor atau permohonan informasi dari PPID, dan prioritas produksi informasi seputar program pemerintahan daerah, SKPD, potensi daerah, kemasyarakatan dan momen penting seperti *ceremonial* daerah. Agenda ini biasanya dirumuskan melalui rapat redaksi atau koordinasi Bidang PIKP termasuk tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan secara langsung ataupun melalui grup *WhatsApp* dan masukan atau arahan dari atasan.

   > "*Untuk prioritas informasi kami memang lebih banyak ke pemerintahan, berita kemasyarakatannya ada juga, tapi tidak banyak. Karena prioritas kita memang seputar kepala daerah serta dinas-dinas yang ada di Kabupaten Balangan*."

   > "*Sebelum mulai produksi berita itu kami bakal dapat surat perintah untuk kegiatan-kegiatan pemerintahan, jadi baru kita bagi tugas biasanya diskusi di grup WhatsApp setelah itu baru terjun kelapangan untuk liputan*".

> "*Tugas peliputan itu masuk berupa surat yang pertama diajukan ke kepala dinas, kemudian di disposisikan ke bidang terkait dan baru kami tindaklanjuti. Surat tugas ini adalah dasar buat kami melaksanakan peliputan kegiatan, dengan surat ini kami meliput dengan aman dan nyaman. Biasanya surat tugas masuk itu sifatnya berita kemasyarakatan dan kegiatan dari dinas-dinas*".[59]

Agenda ini termasuk dalam pesan komunikasi berupa informasi atau pemberitaan yang disampaikan kepada masyarakat selaku komunikan, informasi yang ditayangkan mencakup isu-isu strategis seperti kegiatan bupati, pembangunan infrastruktur, layanan publik, kesehatan, pendidikan, dan kegiatan atau aktivitas yang berkembang di masyarakat.

Dari hasil penelitian iniPenelitimengamati bahwa penentuan agenda ini membantu memastikan bahwa pesan komunikasi untuk konten yang diproduksi memiliki asas keterbukaan, konsisten, dan sesuai dengan tujuan, visi dan misi komunikasi pemerintah daerah untuk partisipasi masyarakat sebagai penerima informasi dan dapat berpartisipasi di dalamnya.

2. Pembagian Tugas Liputan

Setelah agenda pemberitaan ditentukan atau setelah mendapatkan surat tugas, langkah selanjutnya adalah pembagian tugas liputan kepada tim media. Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan memiliki struktur tim yang terdiri dari bagian peliputan lapangan, dokumentasi, penulisan naskah dan pengeditan konten, hingga

[59] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

pengelolaan media sosial. Seperti yang disampaikan oleh Eddy Irawan selaku kepala Sub Koordinator.

> "*Ketika kami sudah dapat surat perintah atau surat tugas untuk liputan, terus kami kirim tim untuk datang. Tim itu terdiri dari photografer, videografer dan ada reporternya. Kemudian setelah selesai dan release nya dibuat diserahkan lagi ke editor untuk mengoreksi*".
>
> "*Kami ada grup WhatsApp untuk berdiskusi dalam pembagian tugas dan pelaksanaan tugas misalnya untuk meliput dan mengupload berita-berita, bisa juga berita mentah kami kirim disana untuk dikoreksi bersama-sama".*[60]

Secara keseluruhan teknis pembagian tugas ini dilakukan oleh tim peliputan, mereka akan mengatur jadwal turun lapangan dengan berkoordinasi melalui grup *WhatsApp*, melakukan wawancara dengan narasumber, mendokumentasikan kegiatan, dan mengumpulkan informasi pendukung dengan pembagian tugas individu yang disebutkan Kepala Sub Koordinator Eddy sebelumya. Hasil liputan kemudian diproses oleh tim editor untuk disesuaikan dengan format penyampaian yang paling tepat seperti bentuk berita narasi, video, infografis dan sebagainya.Penelitimenemukan proses komunikasi dalam pembagian jobdesk tersebut penting untuk mengelola efisiensi, ketepatan, dan profesionalitas dalam penyampaian informasi ke publik.

Oleh karena itu,Penelitimelihat komunikasi yang ada dalam tim dilakukan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan, meskipun untuk pembagian tugas sudah menjadi pekerjaan sehari-hari tim Media *Center*

[60] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

Diskominfosan Kabupaten Balangan, tetapi koordinasi antar tim tetap selalu dijalankan supaya tidak terjadi miskomunikasi, meskipun hanya dari grup *WhatsApp*.

3. Pemilihan Media Diseminasi Sesuai dengan Jenis Informasi/Berita

Dalam strategi komunikasi publik, pemilihan media diseminasi sangat penting supaya pesan sampai ke komunikan yaitu masyarakat atau audiens. Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan menyesuaikan jenis berita atau informasi dengan karakteristik media sosial yang digunakan, agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan efisien.

Dari hasil penelitian, media yang digunakan dalam penyebaran informasi dan berita sangat beragam, khususnya media digital yaitu media sosial. Media sosial yang digunakan oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan merupakan inovasi strategi komunikasi yang sudah berjalan cukup lama.

> "*Sedangkan di media sosial ini adalah Inovasi dari Diskominfosan sendiri. Jadi selain produksi berita online yang ada di info publik itu, lalu dibikin lagi versi berita lainnya di media sosial, contohnya seperti video yang ada di YouTube*".[61]

Dari hasil wawancara dan observasi Peneliti, menemukan beberapa media sosial utama yang digunakan adalah:

[61] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

a. *YouTube*, *platform* ini difokuskan untuk konten video berdurasi panjang seperti video pemberitaan, dokumentasi program, *live streaming* dan peliputan kegiatan secara utuh.
b. *Instagram*, *platform* ini digunakan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan untuk konten visual seperti berita dan informasi berupa infografis, poster pengumuman, dan potret kegiatan pemerintahan, selain itu ada juga berupa informasi publik atau berita video pendek contohnya *reels* untuk berbagai macam promosi.
c. *Facebook*, *platform* ini berfungsi sebagai penunjang *platform* media sosial lainnya, digunakan untuk penyebaran berita resmi dan dokumentasi kegiatan pemerintahan melalui *link* yang terhubung dengan *YouTube*.
d. *TikTok*, adalah *platform* sosial media yang banyak disukai oleh kalangan Gen Z dan milenial. Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sebagai wajah dari Diskominfosan Kabupaten Balangan juga ikut andil peran untuk menyebarkan informasi dan berita kepada masyarakat melalui *platform* ini. *TikTok* dapat digunakan sebagai media komunikasi publik yang bersifat edukatif dan menghibur (*edutainment*). Oleh karena itu Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan memilih *platform TikTok* untuk berita dan informasi dengan gaya naratif ringan, seperti tips layanan publik, poster dan dokumentasi potret kegiatan yang kreatif, atau cuplikan kegiatan pemerintahan dalam format yang menarik dan kekinian.

e. *Website* Resmi dan Portal Berita, *website* resmi biasanya berfungsi secara umum dan lebih luas untuk menyiarkan dan juga menyimpan berita dan informasi seputar Diskominfosan Kabupaten Balangan. Selain itu juga sebagai pusat rujukan informasi resmi dan mendalam. Portal berita sendiri merupakan portal khusus untuk pemberitaan pemerintahan yang bisa di akses masyarakat luas bukan hanya lokal, portal berita dipegang oleh kementrian dan Diskominfosan Kabupaten Balangan berperan sebagai distributor untuk penyebaran berita yang lebih luas di *website* portal berita tersebut.

Selain itu, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa media penyebaran informasi publik bukan hanya di media sosial, tetapi juga ada di media komunikasi lainnya, kepala Sub Koordinator Pengelolaan Komunikasi, Media dan Kemitraan, Fauzan Rahman, menjelaskan kerjasama media komunikasi penyebaran informasi publik dan pemberitaan Diskominfosan Kabupaten Balangan berupa media mainstream atau media massa seperti media cetak, media online dan media elektronik contohnya koran, majalah, TV, radio dan lain-lain. Media massa tersebut bekerjasama langsung dengan pemerintah kabupaten balangan untuk menyebarluaskan informasi.

> "*Diawali dengan penawaran media, yaitu upaya yang memang kami buka untuk media massa membangun kerjasama dalam rangka publikasi berita pembangunan sampai kebijakan pemerintah Kabupaten Balangan. Dari media massa itu ada 3 saluran media, yang pertama ada media cetak, media online dan*

media elektronik. Kerjasama media itu melalui persetujuan langsung oleh kepala daerah".[62]

b. Implementasi/Pelaksanaan

Setelah perencanaan strategi komunikasi ditetapkan, tahap selanjutnya adalah implementasi strategi, yaitu bagaimana Diskominfosan Kabupaten Balangan melaksanakan rencana tersebut secara nyata khususnya dalam penyebaran informasi publik di media sosial.

Terkait program serta aktivitas komunikasi dan informasi di semua seksi yang bersangkutan yang disebutkan dalam Renstra, Indikator Kinerja Utama (IKU) dan Renja Tahunan, bidang PIKP merealisasikan setiap tahun secara bertahap, dan dari observasi Peneliti mengenai aktivitas ini, Bidang PIKP menjalankan aktivitas layanan informasi dan komunikasi publik kepada masyarakat ditargetkan sesuai dengan anggaran dan program.

Dalam aktivitasnya, program-program pelayanan informasi publik dibagi dan di fokuskan ke masing-masing sub yang bersangkutan, mencakup pelayanan informasi, aspirasi dan aduan masyarakat, dokumentasi, produksi, dan diseminasi informasi, serta media dan kemitraan kerjasama media komunikasi lainnya.

Dalam pelaksanaannya, penyebaran informasi publik dilakukan dalam berbagai saluran komunikasi menurut tugas dan fungsi serta indikator kinerja setiap sub koordinator. Pada Sub Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik, Kepala Sub Koordinator Yusma,

[62] Fauzan Rahman, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

menjelaskan mengenai kegiatan yang mencakup sub kegiatan dari monitoring opini dan aspirasi publik serta pelayanan informasi publik dilakukan dengan memberikan fasilitas layanan keterbukaan informasi untuk kebutuhan informasi serta layanan pengaduan masyarakat melalui PPID, SP4N Lapor dan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

> *"Dalam pelayanan informasi di PPID ini, kami mengelola permintaan informasi dari masyarakat. Pertama masyarakat akan mengisi data untuk mengajukan permintaan informasi melalui permohonan informasi publik dari website ppid.balangan.co.id, lalu kami meninjau informasi data tersebut apakah bisa diberikan atau tidak karena ada data yang bersifat dikecualikan dan tidak bisa diberikan kepada masyarakat".*
>
> *"Teknis dari SP4N Lapor ini, pertama masyarakat mengisi data dan mengajukan aduan di Aplikasi maupun websitenya, aduan tersebut masuk ke kementrian dulu, kemudian dari kementerian terus di disposisikan ke kita, ke diskominfosan dulu, kemudian kita yang mendisposisikan ke instansi terkait, yang berhubungan dengan aduan tersebut".*
>
> *"KIM itu sifatnya dari desa untuk desa, dimana tugas utamanya adalah membuat dan mengelola informasi seputar desanya. Tujuan dari dibentuknya KIM terhadap informasi publik adalah mengenalkan desanya, dan yang pasti KIM ini ada sebagai perpanjangan informasi dari daerah kepada masyarakat luas khususnya pedesaan, Program ini adalah setiap desa membentuk KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) itu kita bina, kita beri pelatihan dan kita sosialisasi mereka untuk bisa mengelola informasi sendiri di desa tersebut dengan tujuan publikasi. Dan pada tahun 2024 kami sudah membentuk 22 KIM dan yang kami bina baru 5 KIM".*[63]

Teknis penggunaan layanan informasi ini disosialisasikan melalui media sosial seperti *Instagram* melalui akun tersendiri yaitu @lapor_balangan, @ppidbalangan dan @mymein_balangan.

[63] Yusma, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

Gambar 4. 2 Petunjuk Penggunaan PPID dan SP4N Lapor

Gambar 4. 3 Website PPID dan SP4N Lapor

Selain itu, aktivitas mengenai pengelolaan konten dan pengelolaan media komunikasi publik dilaksanakan setelah selesai merumuskan atau merencanakan langkah-langkah dalam produksi pemberitaan atau informasi publik di Tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan, mencakup kegiatan atau indikator yang terkait hal ini adalah, informasi yang disampaikan kepada masyarakat dan artikel pemberitaan di info publik atau *website* resmi.

Langkah selanjutnya adalah pelaksanaan dalam menyusun informasi, pemberitaan serta konten, menurut keterangan Eddy sebagai redaktur, hal ini akan didiskusikan melalui grup *WhatsApp* maupun koordinasi langsung. Dalam penyusunan konten, terdapat dua jenis konten utama atau prioritas yang diliput atau ditayangkan, yaitu konten kegiatan kepala daerah, kebijakan, pemerintahan SKPD dan konten yang bersifat kemasyarakatan seperti ceremonial atau acara-acara tertentu.

> "*Untuk prioritas beritanya kami memang lebih banyak ke pemerintahan, berita masyarakatnya juga ada. Karena prioritas kita memang seputar kepala daerah serta dinas-dinas yang ada di Kabupaten Balangan*".[64]

Disamping itu, Kepala Bidang PIKP Enggo Slamet Widodo menyebutkan media sosial yang dikelola oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan ada beragam.

> "*Kalau media sosial utama yang digunakan oleh pemkab, secara kelembagaan kami menggunakan Media Center pemerintah kabupaten balangan, yang saat ini ada beberapa akun media sosial yang kami kelola, diantaranya YouTube, Instagram, facebook, dan TikTok*".[65]

Melihat banyaknya orang yang menggunakan media sosial di Indonesia, tidak diragukan lagi ada peluang untuk memaksimalkan penggunaannya sebagai alat komunikasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan

[64] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.
[65] Enggo Slamet Widodo, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.

komunikasi di masyarakat.[66] Tidak terkecuali pada masyarakat Balangan, media sosial sudah menjadi kebutuhan sehari-hari.

Hasil temuan penelitian bahwa media sosial yang aktif digunakan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan adalah *YouTube*, *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok*. Selain itu disebutkan oleh Kabid PIKP, Diskominfosan Kabupaten Balangan juga memiliki *website* resmi yang sempat mengalami *trouble* dalam pengelolaannya, namun sudah mengalami pemulihan baru-baru ini dan sudah bisa diakses meski belum tersedia informasi yang lengkap.

Media sosial lain yang sempat digunakan oleh tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan ada *Twitter* (*X*) dengan username @mc_balangan yang bergabung dari tahun 2018 namun tidak aktif lagi sejak tahun 2020. Hal ini dijelaskan oleh Eddy karena tidak ada yang mengelola akun tersebut.

> "*Kalau twitter atau X itu sudah lama tidak aktif atau tidak dikelola lagi, karena platformnya sudah ganti nama juga terus tidak banyak peminatnya disana*".[67]

Penyebaran informasi yang ditayangkan di berbagai media sosial yang telah dipilih pada tahap perencanaan sebelumnya, disesuaikan dengan teknik penyajian informasi atau beritanya. Hasil wawancara dan observasiPenelitibahwa strategi komunikasi dengan media sosial ini dimaksudkan agar informasi mudah diterima masyarakat, mengemasnya

---

[66] Isna Nadifah Nur Fauziah, Selly Ade Saputri, and Yusuf Tri Herlambang, "Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial Pada Perubahan Sosial Masyarakat," *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5, no. 1 (January 26, 2024), https://doi.org/10.54373/imeij.v5i1.645, 757–766.
[67] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

menggunakan gaya komunikasi yang sederhana dan visual sesuai dengan *platform*-nya. Berikut penyajian berita yang dihadirkan dalam beberapa media sosial yang dikelola oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan.

1) YouTube

YouTube menjadi pilihan sosial media utama dalam penyebaran informasi publik di Diskominfosan Kabupaten Balangan. *YouTube* yang dikelola oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan dengan username @MediaCenterPemkabBalangan sudah bergabung sejak 2019 dan sampai sekarang masih aktif menyajikan berita-berita seputar kepala daerah dan pemerintahan.

> "*Khusus sosial media, target kami adalah menarik orang-orang untuk meningkatkan penayangan video pemberitaan di YouTube kami karena disana bisa kelihatan jumlah viewernya. Jadi setelah upload di YouTube itu linknya kita share di media sosial pendukung lain, seperti di Instagram dan Facebook*".[68]

Terhitung sampai tanggal 7 maret 2025 *YouTube* ini sudah memiliki 8,76 ribu subscriber dan 1,4 ribu video, *YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan membagikan berbagai macam video interaktif dan berita-berita seputar Kabupaten Balangan. Contohnya adalah video "BATARBANGAN: Berita Seputar Balangan", program informasi publik ini berbentuk video berita tentang program pemerintahan dan kegiatan-kegiatan publikasi di berbagai bidang dan aspek, selain itu ada video Advertorial Batarbangan yang

[68] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.

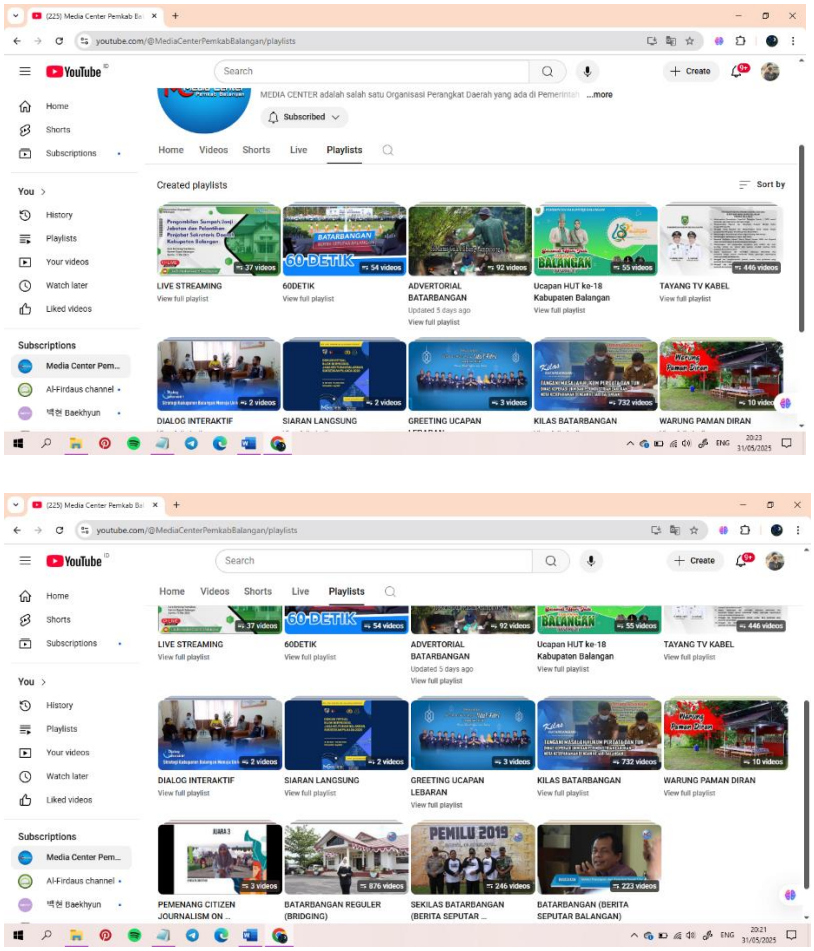
juga membahas berbagai potensi di Kabupaten Balangan. Selain sajian berita, channel *YouTube* ini juga digunakan untuk siaran *live streaming* berbagai kegiatan maupun acara yang ada di Kabupaten Balangan.

Gambar 4. 4 *Channel YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Untuk jadwal penayangan konten berita di *YouTube* ditayangkan seminggu 2 kali, menurut keterangan admin media sosial *YouTube*, Rifki menyebutkan hal tersebut dilakukan konsisten setiap minggu.

> "*Untuk di YouTube itu kami konsisten biasa upload video dua kali seminggu, hari selasa dan hari jumat. Biasanya konten berupa video BATARBANGAN 'Berita Seputar Balangan'. Selain itu ada video advertorial berupa konten inovatif, isinya ragam potensi yang ada di Kabupaten balangan*".[69]

[69] Muhammad Rifki, Wawancara Peneliti, Diskominfosan Kabupaten Balangan, 18 februari 2025.



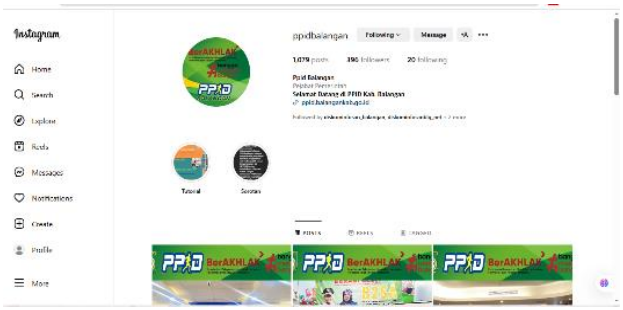
Gambar 4. 5 *Playlist* Konten *Channel YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Meskipun channel *YouTube* ini secara aktif menyiarkan berbagai pemberitaan di Kabupaten Balangan, tetapi dalam tinjauan interaksinya, Channel ini masih terbilang minim interaksi terhadap like dan komentar dari penonton, sehingga cenderung bersifat satu arah.

2) *Instagram*

Selain *YouTube*, Diskominfosan Kabupaten Balangan juga memiliki akun media sosial *Instagram* yang aktif digunakan untuk membagikan informasi seputar kegiatan dan program pemerintahan dan

kegiatan yang ada di Kabupaten Balangan. Diskominfosan Kabupaten Balangan memiliki beberapa akun *Instagram* yang dikelola oleh bidang-bidang maupun sub koordinator yang berbeda, yaitu @mc_balangan ini adalah akun utama Media *Center*, akun pelayanan publik @laporbalangan dan @ppidbalangan, akun Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) @mymein_balangan, serta akun resmi Diskominfosan Kabupaten Balangan yang terbaru yaitu @diskominfosan_balangan yang baru bergabung di *Instagram* di akhir tahun 2024. Selain itu masih ada akun *Instagram* dari bidang lainnya.

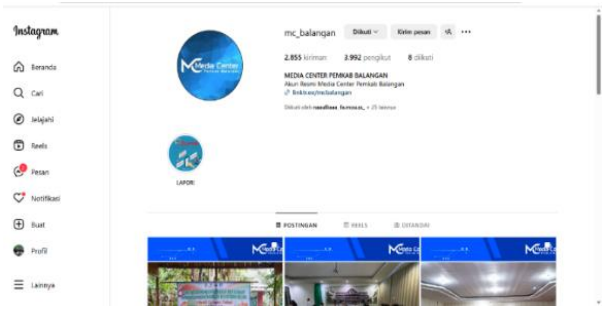


Gambar 4. 6 Akun *Instagram* PPID Balangan

Gambar 4. 7 Akun *Instagram* Lapor Balangan

Gambar 4. 8 Akun *Instagram* KIM Balangan

Sementara ini akun *Instagram* dengan username @mc_balangan menjadi akun resmi Media *Center* Pemerintah Kabupaten Balangan yang dikelola oleh pihak Media *Center*, karena aktif menyiarkan berita-berita pemerintahan yang dihadirkan untuk masyarakat. Akun yang telah bergabung sejak tahun 2018 dan saat ini memiliki 3.990 pengikut ini merupakan akun yang sudah dikenal luas oleh masyarakat Balangan. Postingan di *Instagram* @mc_balangan ini sebagian besar adalah pemberitaan mengenai kegiatan bupati dan wakil bupati kabupaten balangan serta program pemerintahan dan jumlah postingan terhitung per tanggal 7 maret 2025 adalah sebanyak 2.855 postingan.



Gambar 4. 9 Akun *Instagram* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Gambar 4. 10 Konten Berita *Instagram* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Gambar 4. 11 Poster Hari Jadi Kabupaten Balangan di *Instagram* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Melalui unggahan-unggahan tersebut, @mc_balangan berperan sebagai wajah dari pemerintahan dalam menyebarluaskan informasi resmi dan terkini kepada masyarakat, memastikan transparansi dan keterbukaan dalam setiap program dan kegiatan pemerintah daerah merupakan bentuk dari layanan informasi.

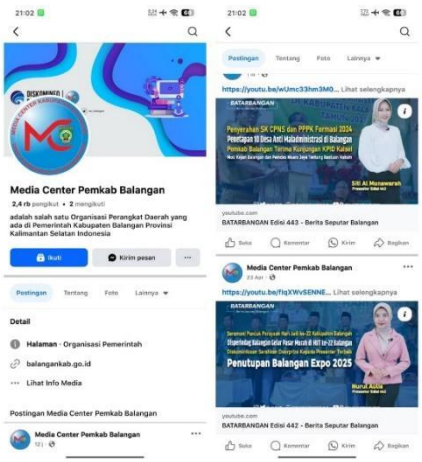
Dapat dilihat pada gambar 4. 10 dan gambar 4. 11, *Instagram* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan menyajikan informasi berita pemerintahan berupa gambar kegiatan lengkap beserta narasi di keterangan atau *caption*, seperti yang ada di artikel berita di media

online seperti yang dijelaskan oleh Eddy Irawan kepala sub koordinator pengelolaan komunikasi, produksi dan diseminasi.

> "*Kalau di Instagram sudah berbentuk berita seperti artikel di captionnya seperti di media online atau portal berita*".[70]

3) *Facebook*

Selanjutnya ada akun *Facebook* menjadi pilihan media sosial yang digunakan Diskominfosan Kabupaten Balangan untuk berbagai promosi informasi publik dan pemberitaan kepada masyarakat. Akun *Facebook* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan juga adalah akun resmi Media *Center* Pemerintah Kabupaten Balangan yang sudah bergabung sejak tahun 2017 dan hingga saat ini, akun tersebut memiliki 2.4 ribu pengikut, dan mengikuti 2 lainnya.



Gambar 4. 12 Tampilan Akun dan isi konten *Facebook* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

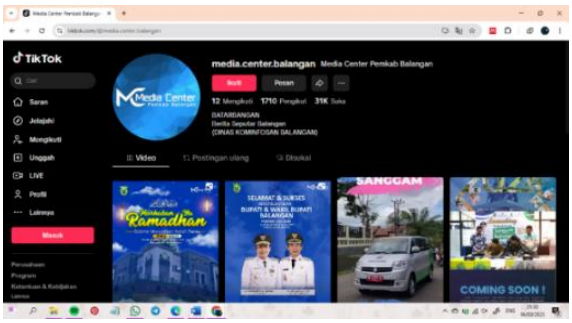
Informasi yang dibagikan dalam akun ini difokuskan hanya pada promosi, dimana akun ini memposting atau membagikan link siaran

[70] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.

berita yang tersedia di akun *YouTube* dan sertakan deskripsinya. Akun *Facebook* ini dimaksudkan sebagai akun penunjang dalam promosi informasi publik yang disajikan atau diberitakan oleh tim Media *Center*.

> "*Jadi setelah upload di YouTube itu linknya kita share di media sosial lain, seperti di Facebook dan Instagram*".[71]

4) *TikTok*



Gambar 4. 13 Tampilan Akun *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Diskominfosan Kabupaten Balangan melalui Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan juga memanfaatkan *TikTok* untuk mempromosikan berbagai informasi publik, berita dan layanan untuk masyarakat.

Akun *TikTok* Diskominfosan Kabupaten Balangan dengan username *media.center.balangan* mulai aktif dan bergabung pada tahun 2023, ini terbilang cukup muda dibandingkan akun media sosial yang lainnya, tetapi karena pesatnya minat dalam penggunaan aplikasi ini, akun *@media.center.balangan* juga banyak dilirik dan digemari oleh

[71] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.

masyarakat Kabupaten Balangan khususnya. Terhitung per tanggal 8 Maret 2025 akun ini telah memiliki 1.708 pengikut dan 31 ribu suka (*like*).

Dari pengamatanPeneliti*TikTok* Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan menampilkan video-video interaktif mengenai pemberitaan, informasi edukatif, *event* atau *ceremonial*, poster, bahkan potret-potret kegiatan di Kabupaten Balangan serta video promosi lainnya yang merujuk ke akun *YouTube* Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan. Berbeda dengan *platform* lain, disini informasi dikemas lebih ringan dan *friendly*, karena *platform TikTok* menjadi *platform* alternatif yang bersifat menghibur. Disisi lain, *platform TikTok* cukup memberikan jangkauan yang cukup luas dan signifikan, karena penggunaannya yang menyasar hampir seluruh kalangan usia. Kepala Sub Koordinator Pengelolaan Komunikasi, Produksi dan Diseminasi mengatakan *platform TikTok* berkembang pesat meski baru dibanding *platform* lainnya.

> "*TikTok Media Center Pemkab Balangan meski baru 1 tahunan ini, followersnya naik cepat, karena masyarakat menyukai platform-platform yang seperti video pendek ini kan*".[72]

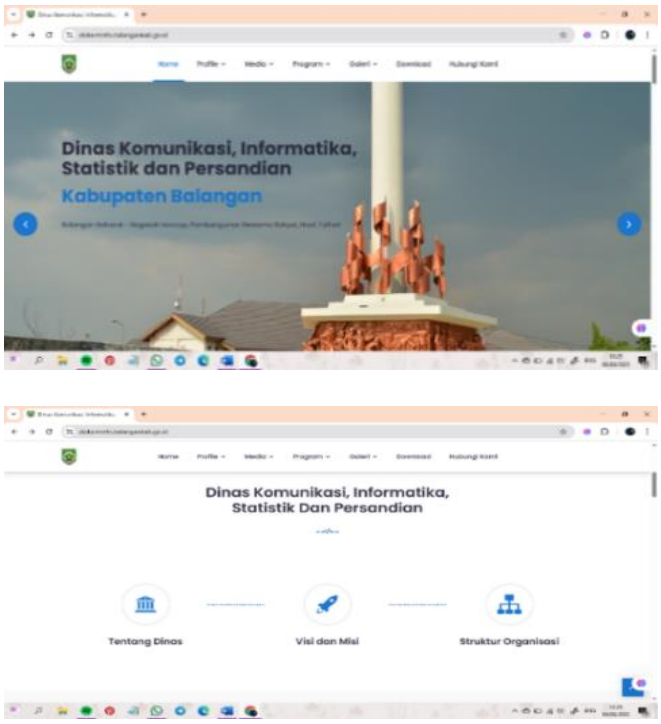
5) *Website* dan Portal Berita

Biasanya berita atau informasi yang dipublikasikan melalui *website* atau portal berita berupa informasi yang bersifat resmi dan lebih mendalam daripada yang ada di media sosial. *Website* menjadi arsip

[72] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.

utama berita yang bisa menjadi rujukan informasi publik jangka panjang.

Website resmi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfosan) Kabupaten Balangan dapat diakses melalui http://diskominfo.balangankab.go.id. Secara keseluruhan, *website* ini berfungsi sebagai portal informasi resmi yang menyediakan berbagai layanan dan informasi terkait komunikasi, informatika, statistik, dan persandian di Kabupaten Balangan.



Gambar 4. 14 Website Resmi Diskominfosan Kabupaten Balangan (https://diskominfo.balangankab.go.id)

Sebelumnya *website* ini mengalami *trouble* yang mengakibatkan *website* tidak dapat diaktifkan dengan jelas, menurut keterangan Enggo

Slamet Widodo dan Eddy *website* sempat mendapat serangan siber karena *hacker,* dan mengalami stagnasi pada pengelolaannya.

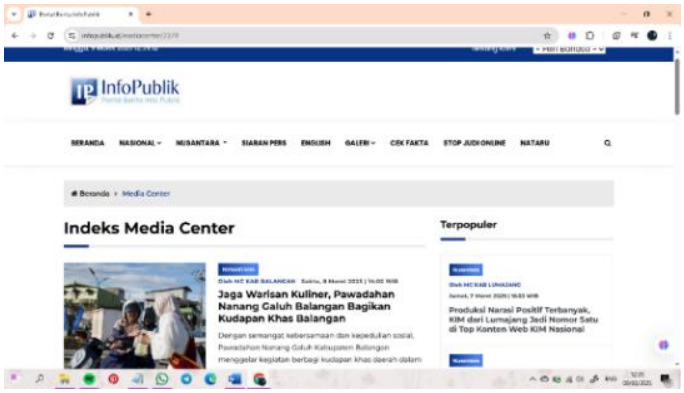
> "*Dan ada website, sayangnya sejak beberapa bulan yang lalu domainnya bermasalah yang menyebabkan tidak ada update disana, jadi kami masih menunggu dari bidang lain untuk membenahi hal tersebut*".[73]

> "*Media Center itu sebenarnya memiliki website sendiri di mediacenter.balangankab.go.id dan website utama diskominfo.balangankab.go.id tapi bermasalah beberapa waktu ini jadi kami tidak bisa update ke website itu tapi untuk media sosial kami selalu update terutama Instagram dan Youtube*".[74]

Namun pada bulan Februari 2025 *website* Diskominfosan Kabupaten Balangan kembali bisa diakses serta dipulihkan dan diperbaharui, namun informasi yang ada masih belum rapi, sehingga masih diperlukan pengembangan dan perbaikan dalam isi *website*-nya, agar masyarakat bisa mengakses lebih banyak informasi didalamnya.

Selain *website* resmi, seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan juga menerbitkan berita untuk publik di media massa cetak dan online milik Kementerian Informasi dan Komunikasi yaitu Portal Berita Info Publik (infopublik.id).

[73] Enggo Slamet Widodo, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.
[74] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.



Gambar 4. 15 Website Portal Berita Info Publik (https://infopublik.id)

"*Memang kita di setiap daerah itu disuruh mengirim berita untuk memenuhi portal berita di Info Publik, berita itu termasuk apa saja yang ada di Kabupaten kita bisa mengenai masyarakat misalnya, tapi dari kami disini kami lebih banyak mengejar berita-berita pemerintahan*".

"*Jadi di portal berita itu setiap Kabupaten itu ada halaman adminnya dan yang berhak menayangkan disana juga ada redakturnya sendiri, dan disini kami sifatnya kontributor. Jika ada berita yang tidak ada di info publik, disini di media center itu tetap tayang khususnya di media sosial kami*".[75]

Sedangkan Sub Koordinator Pengelolaan Komunikasi, Media, dan Kemitraan bertanggung jawab sebagai penghubung strategis dalam penyebaran informasi publik yang luas. Fauzan menyampaikan bahwa tugas da fungsi sub ini menitikberatkan pada hubungan kerjasama antara pemerintah, media massa dan pers. Dari hasil observasi dan wawancara kegiatan sub ini mencakup publikasi di media massa seperti media cetak, tv dan radio, fasilitasi liputan media atas kegiatan pemerintah ataupun masyarakat di Kabupaten Balangan, serta

[75] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 3 Februari 2025.

pelaksanaan liputan seperti konferensi pers maupun wawancara dengan pejabat publik. Selain itu, bentuk dukungan pemerintah terhadap media kerjasama juga diberikan melalui kontrak kerjasama atas promosi yang disalurkan kepada masyarakat serta apresiasi untuk para wartawan di luar pihak Diskominfosan Kabupaten Balangan.

Dalam tahapan pelaksanan ini,Peneliti mendapatkan hasil bahwa tim Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan menerapkan strategi komunikasi terhadap layanan informasi dan penyebaran informasi untuk masyarakat dengan menyatupadukan tahapan dan beberapa indikator penting mulai dari monitoring opini dan aspirasi masyarakat melalui layanan informasi, kemudian tahapan dokumentasi, produksi dan diseminasi melalui koordinasi dalam memproduksi informasi dan pemberitaan sesuai dengan agenda yang ditentukan, membuat konten informasi seperti berita narasi, videografis, infografis, dan lainnya sesuai dengan *platform* media sosial, serta penyebaran informasi melalui media *mainstream* dan media kerjasama seperti tv, koran, media online dan lainnya. Dalam tahap ini tim berusaha membuat konten yang tidak hanya informatif tapi juga menarik dan memiliki nilai hiburan dan penayangan informasi dan berita di *platform-platform* media sosial utama dengan jadwalnya masing-masing.

Secara keseluruhan, dari hasil penelitian dan observasi Peneliti, penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi publik oleh Diskominfosan Kabupaten atau pihak pengelola dari Bidang PIKP dan

tim Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan, media sosial yang digunakan memang menunjukkan upaya konsistensi dalam penyebarannya, mulai dari jenis berita yang beberapa selaras dengan *platform* sosial media yang digunakan, dan inovasi pengemasan konten yang informatif dan menghibur, membuat akun-akun media sosial tersebut dilirik dan membangun kepercayaan masyarakat Balangan, namun jika dilihat dari pengikut media sosial, yang jumlahnya jika di total hanya sekitar 19 ribu, jumlahnya tidak sebanding dengan jumlah penduduk produktif masyarakat Balangan, yang rata-rata sudah aktif bermedia sosial dalam sehari-hari. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Balangan, jumlah penduduk di Kabupaten Balangan per tahun 2024 sebanyak 139,0 ribu jiwa. Dan untuk usia angkatan kerja di Kabupaten Balangan tercatat sebanyak 83,82 persen artinya sekitar 22,4 ribu jiwa[76]. Ini dapat menjadi peluang bagi Diskominfosan Kabupaten Balangan untuk meningkatkan perhatian masyarakat mengenai informasi publik dan berita pemerintahan yang disebarkan melalui media sosial.

c. Evaluasi

Tahap evaluasi menjadi pengingat suatu organisasi untuk tidak berpuas dalam pencapaian hari ini, tetapi terus melakukan modifikasi perbaikan untuk masa depan karena keadaan internal dan eksternal yang dinamis.[77]

---

[76] Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Balangan, dari https://balangankab.go.id/pages/kondisi-kependudukan#

[77] Fred R. David, *Strategic Management: Concept and Cases* (Prentice Hall: One Lake Street, 2011), 7.

Proses strategi komunikasi dalam penyebaran informasi publik di media sosial Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan berjalan secara sistematis dan berulang-ulang, kemudian untuk meninjau efektivitas penyebaran informasi publik di media sosial tersebut Diskominfosan Kabupaten Balangan dapat melakukan tahap evaluasi dengan beberapa kriteria untuk melihat apakah pelaksanaan sudah sesuai dengan perencanaan serta tujuan apakah sudah sesuai atau belum.

1. Evaluasi Internal Pelayanan Informasi Publik

Sub Koordinator Aspirasi Dan Layanan Informasi Publik mengevaluasi kegiatan pelayanan informasi dengan mengamati indikator berupa persentase pengaduan masyarakat yang selesai ditindak lanjuti, persentase SKPD yang membentuk dan menjalankan PPID pembantu dan jumlah kelompok informasi masyarakat (KIM) yang dibentuk. Sebagai Pejabat Pengelola Informasi Publik (PPID), dan pengelolaan aduan masyarakat (SP4N Lapor), Yusma menyampaikan evaluasi yang diberikan kurang lebih seperti sub lain apabila ada koreksi mengenai kinerja maka akan disampaikan atau didiskusikan secara langsung, dan tambahannya adalah masing-masing kegiatan atau pengelolaan yang ditangani akan dibuat laporan untuk akhir tahun beserta masukan/evaluasi dari provinsi.

> "*Untuk evaluasi di sub saya, terkait kegiatan kami, khususnya PPID dan SP4N Lapor, masing-masing kita buat laporannya, biasanya ada di akhir tahun. Selain itu juga ada evaluasi dari provinsi, yang kemudian kita benahi dan evaluasi itu kita bawa ke evaluasi mandiri kita*".

> "*Kemarin ada penilaian dari komisi informasi bahwa di Balangan ini untuk pengelolaan data belum terkelola dengan baik jadi*

kita masih dalam kategori menuju informatif. Untuk tahun 2024 aduan di SP4N Lapor itu meningkat daripada tahun sebelumnya, berarti dari masyarakat sudah banyak yang tahu nih".

"*Kami tidak ada sosialisasi secara langsung, tapi kami sosialisasikan melalui acara-acara seperti di event hari jadi di pameran stand, disana kami membuat banner atau spanduk tentang teknis pengaduan ini. Tapi kemarin kami ada sosialisasi tentang ini di kecamatan-kecamatan dan sosialisasinya lewat sana. Dan dampak dari sosialisasi sedikit itu akhirnya mungkin dari sana lah masyarakat banyak mengetahui dan semakin banyak aduan serta masukan yang diterima, sehingga kami juga kadang kewalahan untuk menindaklanjuti dan menyampaikan ke SKPD bersangkutan*".

"*Jadi kita juga harus giat dan rajin mengelola itu, karena kita juga ada penilaian dari pusat, jadi kalau penilaian dari pusat untuk Kabupaten Balangan pengelolaan SP4N Lapor memang untuk semua aduan yang masuk itu 100 persen di tindaklanjuti, cuman nilai kita masih kategori baik, bukan sangat baik, kenapa begitu, karena tindak lanjutnya termasuk lambat, kadang bukan karena penanganannya delay, tetapi laporan data mengenai tidak lanjut itu yang terlambat di input oleh SKPD-nya, sehingga tidak terdata dengan tepat waktu di aplikasi tadi*".[78]

Gambar 4. 16 *Booth Event* Diskominfosan Kabupaten Balangan di acara HUT ke-22 Kabupaten Balangan

[78] Yusma, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

Gambar 4. 17 *Banner* Promosi Layanan Informasi Publik (PPID) dan Aspirasi Masyarakat (Lapor Balangan)

Dan untuk KIM, Yusma menjelaskan kalau capaian dalam pembentukannya sudah berjalan, namun masih terkendala dalam pembinaannya, sehingga KIM yang berjalan belum merata.

> "*Dan pada tahun 2024 kami sudah membentuk 22 KIM dan yang kami bina baru 5 KIM. KIM ini juga seharusnya menjadi yang dominan, tapi karena keterbatasan dana dan anggaran, KIM yang kami bentuk masih dalam tahap berkembang. Dan jumlahnya masih belum banyak. Karena keterbatasan itu dari 22 KIM yang kita bentuk, cuma 5 KIM yang dibina, dan untuk pelatihan berjalan satu kali dalam setahun untuk satu KIM. Akhirnya pembinaan lanjutan juga mengalami kendala. Baik dari dana maupun SDM kami juga*".[79]

Dari hasil wawancara tersebut, evaluasi tentang pelayanan informasi masyarakat seputar aspirasi dan pengaduan pada *website* layanan PPID, SP4N Lapor dan KIM, dilakukan secara bertahap dan ditargetkan sesuai anggaran yang ada. Monitoring dan pemantauan aspirasi publik dilakukan di layanan PPID dan SP4N Lapor.

[79] Yusma, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

Sedangkan di Sub Koordinator Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi yang berkenaan dengan tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan evaluasi berkenaan dengan aktivitas produksi informasi atau pemberitaan dilakukan secara mandiri dan internal sekaligus dengan rapat redaksi maupun arahan dan masukan dari sub koordinator lain dan juga kepala bidang maupun atasan.

Terkait dengan kegiatan layanan hubungan media dan penyelenggaraan hubungan masyarakat, media dan kemitraan komunitas, selain media sosial, tentu ada evaluasi juga karena berhubungan dengan komunikasi publik lewat media cetak, elektronik dan online misalnya. Dari hasil wawancara bersama Kepala Sub koordinator komunikasi, media dan kemitraan yaitu Fauzan Rahman menyampaikan bahwa penanganan di internal seperti aktivitas administratif itu berjalan lancar, karena evaluasi cenderung bersifat eksternal yaitu media yang bekerjasma tersebut. Mulai dari bentuk prioritas informasi atau berita yang ingin diangkat, kemudian kesepakatan agar tidak merugikan sebelah pihak, hingga keaktifan pewarta atau wartawan dari pihak media kerjasama dalam meliput kegiatan agenda pemerintahan di Kabupaten Balangan.

> "*Yang menjadi bahan evaluasi dari kami itu memang beragam, pertama, ketika ada arahan yang masuk dari kami terhadap media yang kami kerjasamai untuk sebuah pemberitaan misalnya mengenai berita prioritas dan memang harus segera diketahui publik maka media pun menyetujui itu dalam hal kerjasama itu tadi. Dan kedua, berita yang disampaikan pun dipastikan tidak mengandung unsur yang dapat merugikan salah satu pihak, dan jika hal itu terjadi itu yang memang kami evaluasi, evaluasi kami tidak sampai sub koordinator saja, tapi juga akan naik ke kepala bidang, ke kepala dinas, dan akan*

> *naik ke kepala daerah. Dan tambah lagi yang menjadi ragam evaluasi adalah keaktifan pewarta untuk observasi dalam kegiatan peliputan, hal ini juga menjadi penilaian penting terhadap kualitas berita yang ada, ketika tidak aktif maka akan kelihatan itu, dan tidak cuma itu ketika wartawan itu memang aktif kami akan menghargai hal itu, kami mengapresiasi dengan hal-hal yang sepadan dengan kerja mereka".*[80]

2. Evaluasi Aktivitas Produksi Informasi Publik

Dalam evaluasinya informasi publik atau pemberitaan yang disebarkan diberbagai *platform*, sebelumnya akan melalui proses koreksi dari tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan. Seperti yang disampaikan oleh Eddy Irawan, bahwa koreksi juga dilakukan bersama-sama.

> "(untuk berita yang telah didapatkan dari liputan) *bisa juga berita mentah kami kirim disana untuk dikoreksi bersama-sama*".[81]

Setelah penayangan berita di berbagai media komunikasi termasuk media sosial, pihak internal Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan atau Sub Koordinator Pengelolaan Dokumentasi, Produksi dan Diseminasi meninjau kembali pemberitaan yang sudah ditayangkan tersebut, yang apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan dalam teknisnya maka akan dikoreksi dengan koordinasi sesama tim, atau melalui rapat sederhana seperti yang disampaikan Eddy Irawan.

> "*Untuk evaluasi kalau kami disini mandiri atau perbidang, dan juga tidak terlalu formal untuk yang jangka pendek itu. dan langsung saja dari kabid, misalnya ada koreksi, arahan, masukan dan lain-lain itu langsung disampaikan ke sub koordinator yang bersangkutan. Kalau direnja itu biasanya laporan kinerja kan, disana berupa laporan evaluasi keseluruhan itu*".

[80] Fauzan Rahman, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.
[81] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.

> "*Untuk media sosial kami tidak memiliki anggaran khusus, media sosial itu sekaligus dokumentasi dari kami sendiri, ini termasuk kinerjanya kami disub ini*".[82]

Eddy juga menjelaskan kalau media sosial yang dikelola adalah sebagai sarana alternatif dan inovasi untuk penyebaran informasi dan pemberitaan seputar pemerintahan di Kabupaten Balangan.

3. Tinjauan Efektivitas Penyebaran Informasi Publik di Media Sosial

Dari hasil temuan dan observasi Peneliti, mengenai tinjauan efektivitas dalam penggunaan sosial media untuk penyebaran konten informasi maupun berita oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan, pengukuran dapat menggunakan matrik analitik data yang ada dalam fitur media sosial.

Mengutip dari cision.com, analitik media sosial adalah "*Social media analytics is the process of analyzing information gathered from your social media channels and using it to optimize your campaigns and inform your business strategy".*[83] jadi yang dimaksud disini analisis media sosial merupakan proses menganalisis informasi yang dikumpulkan dari saluran media sosial dan menggunakannya untuk mengoptimalkan sebuah kampanye dan menginformasikan strategi bisnis atau *marketing*. Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan memiliki empat media sosial utama, yaitu *YouTube*, *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok*. Namun analitik data media sosial yang tersedia hanya terdapat di *YouTube* dan *TikTok*,

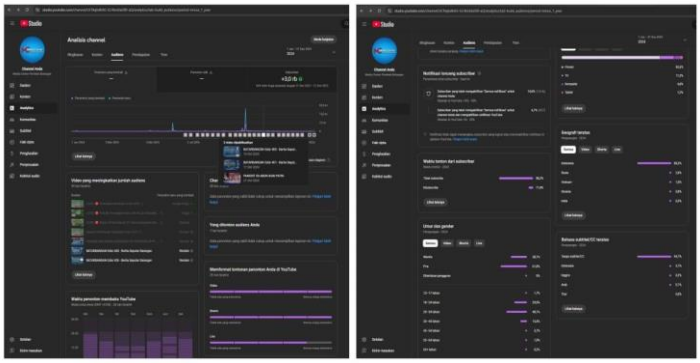
[82] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.
[83] Cision.com, *What Is Social Media Analytics? Definition & Examples*. Articles. Dikutip langsung pada tanggal 25 April 2025. 14.50. https://www.cision.com/resources/articles/what-is-social-media-analytics/

sedangkan *Instagram* dan *Facebook* tidak menggunakan akun bisnis sehingga tidak memiliki fitur tambahan untuk analitik akun maupun konten tersebut.

Pengukuran efektivitas dilakukan dengan menganalisis beberapa indikator performa media sosial diantaranya jangkauan, interaksi, pengikut dan tayangan.

a. *YouTube*

Peneliti akan membandingkan hasil analitik data *YouTube* Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan yang ada di tahun 2024 dengan tahun 2025 (hingga 12 Mei) untuk melihat perbedaan dan perubahan yang ada, ini merupakan salah satu proses evaluasi untuk meningkatkan dan memperbaiki strategi agar lebih baik.



Gambar 4. 18 Data Analitik *Channel YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan (periode 1 Jan-31 Des 2024)

1) Performa *Audiens* (1 Januari – 31 Desember 2024)

Channel ini menunjukkan penambahan 3.000 subscribers selama tahun 2024, meningkat 66% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada grafik menunjukkan adanya kenaikan penonton unik dan penonton yang kembali

di pertengahan tahun (sekitar Mei–Oktober), jadi total subscriber saat ini adalah 9,4 ribu subscriber. Diantara publikasi video di bulan-bulan tersebut yaitu video BATARANGAN Edisi 400 & 401 serta PANGSIT ISI ABON IKAN PATIN. Ini menandakan bahwa video BATARBANGAN yang merupakan konten mingguan masih memiliki penonton yang loyal, dan topik lokal seperti video advertorial tertentu punya daya tarik kuat untuk meningkatkan audiens.

2) Notifikasi Lonceng

Dari total subscriber, hanya 14,6% yang mengaktifkan "Semua Notifikasi", dan hanya 6,7% yang juga mengaktifkan notifikasi di perangkat *YouTube*. Ini berarti sebagian besar audiens tidak langsung menerima dan mengetahui pemberitahuan saat channel mengunggah video baru. Hal ini dapat di upaya untuk meningkatkan aktivasi notifikasi ini (misalnya dengan ajakan langsung di video) bisa membantu menaikkan views awal saat video tayang.

3) Waktu Tonton Berdasarkan Status Subscriber

Sebanyak 88,2% dari waktu tonton berasal dari non-subscriber, dan hanya 11,8% dari subscriber. Ini menunjukkan peluang besar untuk mengubah penonton menjadi subscriber dengan memperkuat ajakan berlangganan atau disebut *call to action* (CTA) dan inovasi konten yang membangun loyalitas.

4) Demografi Penonton dari Umur dan Gender

Mayoritas penonton adalah pria (61,8%), dan usia terbanyak berasal dari kelompok 25-34 tahun (48,1%) dan 18-24 tahun (29,9%). Ini menandakan bahwa channel Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan paling banyak menjangkau kalangan dewasa muda. Tetapi penonton perempuan juga cukup signifikan (38,1%), sehingga pengemasan konten bisa mempertimbangkan keseimbangan gender agar tetap merangkul semuanya.

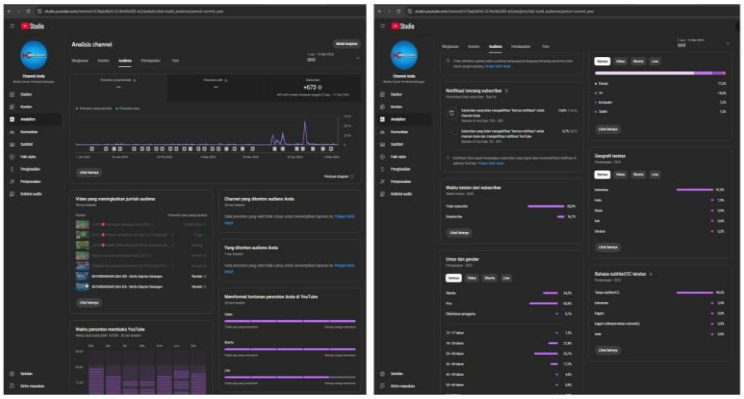
5) Perangkat yang digunakan

Sebagian besar penonton mengakses *YouTube* melalui ponsel (82,6%), diikuti oleh TV (11,5%) dan komputer (4,6%). Hal ini menekankan pentingnya memastikan bahwa semua konten dikemas dengan visual dan teks yang cenderung menyesuaikan ponsel sebagai alat kebutuhan sehari-hari, dengan font yang jelas, subtitle besar, dan bisa dengan menambahkan *thumbnail* yang menarik di layar kecil.

6) Geografi Penonton

Sebanyak 88,5% penonton berasal dari Indonesia, disusul oleh Rusia, Vietnam, Ukraina, dan India. Meski jumlah kecil, penonton internasional tetap ada dan bisa menjadi peluang jangka panjang untuk ekspansi konten dengan narasi atau subtitle tambahan. Dan sisi lain data penggunaan bahasa subtitle/CC adalah sebagian besar penonton (94,7%) menonton tanpa subtitle, dan hanya 5,1% menggunakan subtitle bahasa Indonesia. Ini menunjukkan bahwa penonton tidak terlalu bergantung pada teks, tetapi

subtitle tetap bisa dipertimbangkan untuk meningkatkan aksesibilitas dan menjangkau kelompok disabilitas atau *audiens* internasional kedepannya.



Gambar 4. 19 Data Analitik *Channel YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan (periode 1 Jan-Mei 2025)

1) Performa *Audiens* (1 Januari-12 Mei 2025)

Pada periode kurang lebih 5 bulan terakhir dari 1 Januari hingga 12 Mei 2025, *channel* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan berhasil menambah **+673 subscriber**, menunjukkan 40% lebih rendah dibandingkan 5 bulan sebelumnya (22 Agustus-31 Desember 2024). Meski lebih rendah tetapi yang dilihat disini adalah penambahan pada jumlah subscriber yang naik dari tahun sebelumnya.

2) Video yang Meningkatkan Jumlah Audiens (90 hari terakhir)

Video yang paling berkontribusi dalam peningkatan jumlah audiens adalah:

a) *LIVE streaming*: Penutupan Balangan *Expo* 2025 (Sangat tinggi pemirsa baru dan kembali)

b) Puncak Peringatan Hari Jadi ke-22 Kabupaten Balangan

c) Malam Pesta Rakyat 22 Tahun Kabupaten Balangan

Jika dilihat dari sini maka konten event lokal dan *live streaming* memiliki daya tarik kuat, dengan memperkuat pentingnya dokumentasi kegiatan daerah secara *real-time* atau langsung akan membantu meningkatkan pengunjung atau *subscriber*.

3) Waktu Tonton Audiens dan Notifikasi Lonceng

Grafik waktu menunjukkan waktu puncak aktivitas berada di malam hari (sekitar pukul 18.00–22.00) pada hampir semua hari, dengan peningkatan dihari Sabtu dan Minggu. Waktu ini bisa dijadikan dasar untuk menjadwalkan publikasi video agar menjangkau lebih banyak penonton saat mereka aktif.

4) Waktu Tonton Berdasarkan Status Subscriber dan Notifikasi Lonceng

Sebagian besar waktu tonton (83,3%) berasal dari penonton yang tidak subscribe, hanya 16,7% dari subscriber. Selain itu, hanya 14,6% subscriber yang mengaktifkan notifikasi, dan lebih sedikit lagi (6,7%) yang mengaktifkan semua notifikasi. Ini menjadi peluang untuk mengajak penonton agar subscribe dan menyalakan lonceng agar tidak ketinggalan video terbaru.

5) Demografi Penonton Dari Umur dan Gender

Mayoritas penonton adalah pria (65,6%), dan kelompok usia terbanyak ada di 25–34 tahun (55,1%), lalu 18–24 tahun (21,8%). Ini menunjukkan bahwa penonton *channel* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten

Balangan kebanyakan orang dewasa muda dan produktif, yang mungkin tertarik dengan informasi daerah, pembangunan, dan kegiatan pemerintah.

6) Perangkat yang Digunakan

Sebagian besar penonton (77,3%) mengakses konten menggunakan ponsel, disusul TV (14%), dan TV (7,2%). Artinya konten untuk bisa menyesuaikan dengan intensitas penggunaan perangkat mobile, baik visual maupun durasinya.

7) Geografi Penonton

Dari data dihasilkan bahwa mayoritas besar penonton berasal dari Indonesia (91,9%), sementara sisanya terbagi di India (1,9%), Rusia, Irak, dan Ukraina (masing-masing 0,3%). Ini berarti konten sudah tepat sasaran karena memang ditujukan buat masyarakat lokal.

8) Bahasa Subtitle/CC

Sebagian besar video yang ditonton adalah tanpa subtitle (94,5%). Hanya sebagian kecil yang memakai subtitle Indonesia. Ini berarti, selama narasi videonya jelas dan bisa dimengerti, subtitle tidak menjadi hal yang terlalu wajib, tetapi tetap bisa berguna untuk beberapa penonton tertentu seperti penonton luar daerah atau internasional.

Setelah dilihat dan dianalisis matrik *YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan dari tahun 2024 ke tahun 2025 dapat dilihat perbedaan yang cukup signifikan, terutama pada indikator pengikut atau subscriber. Berikut tabel perbandingan matrik analisis *YouTube* Media

Center Diskominfosan Kabupaten Balangan tahun 2024-2025 (hingga 12 mei).

Tabel 4. 4 Perbandingan analitik data YouTube Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan selama 2 tahun

No.	Aspek	Tahun 2024	Tahun 2025 (hingga 12 Mei)
1.	Subscriber baru	+3.000	+673
2.	Penonton dari subscriber	11,8 %	16,7 %
3.	Perangkat tonton	Ponsel (82.6 %)	Ponsel (77,3 %)
4.	Negara penonton	Indonesia (88,5 %)	Indonesia (91,9 %)
5.	Usia dominan	25-34 tahun (48,1%)	25-34 tahun (55,1%)
6.	Gender dominan	Pria (61,7%)	Pria (65,6%)
7.	Waktu aktif penonton	18.00-22.00	Sama
8.	Notifikasi aktif penuh	14,6% (hanya 6,7% efektif)	Sama
9.	Video pemikat audiens	LIVE dan BATARBANGAN	Didominasi oleh konten LIVE

Dari hasil analisis yang ada, pada tahun 2025 menunjukan konsistensi yang baik dengan pola penonton yang stabil, walaupun pertumbuhan subscriber belum setinggi tahun sebelumnya karena masih dalam periode paruh pertama tahun 2025. Tetapi selalu ada peningkatan pada hitungan *non-subscriber* menjadi *subscriber*, serta keterlibatan dari penonton usia produktif makin kuat.

b. Instagram

Akun *Instagram* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan dengan username @mc_balangan merupakan akun resmi yang digunakan

sebagai sarana penyebaran informasi dan berita harian dari Pemerintah Kabupaten Balangan. Dari keterangan pengelola Media Sosial mengatakan akun *Instagram* ini bahwa setiap tahun selalu ada peningkatan dalam jumlah follower tiap tahunnya.

> "*Instagram @mc_balangan tidak memiliki analitik media sosial karena tidak memakai akun bisnis, dan kami masih sambil belajar juga terkait terkait analisis ini*."[84]

Meski demikian, terdapat beberapa tantangan yang menghambat kemaksimalan fungsi *Instagram* sebagai media informasi publik yang interaktif bagi Diskominfosan Kabupaten Balangan. Salah satu hambatan utama adalah status akun yang bukan akun profesional/bisnis, sehingga fitur matrik analitik seperti insight tidak tersedia. Hal ini akan menyulitkan proses analisis yang lebih mendalam mengenai performa akun konten, demografi audiens, waktu terbaik untuk mengunggah, serta efektivitas strategi yang diterapkan.

Dari observasi Peneliti, meskipun *Instagram* menjadi salah satu *platform* utama dalam penyebaran berita pembangunan dan pemerintahan oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan, interaksi pengguna terlihat cukup pasif,Penelitimengamati langsung di akun *Instagram* @mc_balangan terlihat like, komentar, dan share yang relatif rendah. Hal ini bisa jadi disebabkan karena pendekatan jenis konten yang di upload cenderung sama dan tidak adanya unsur *call to action* atau tagar yang dapat

[84] Muhammad Rifki, Wawancara Peneliti, Diskominfosan Kabupaten Balangan, 18 februari 2025.

meningkatkan jangkauan lebih luas, yang dapat mengajak masyarakat untuk terlibat lebih aktif dalam menyampaikan tanggapan atau membagikan konten informasi atau berita tersebut.

c. *Facebook*

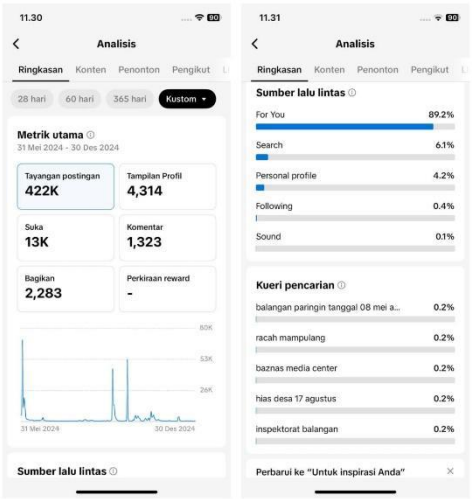
Akun *Facebook* dengan nama Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan juga merupakan salah satu media sosial utama yang digunakan untuk penyebaran informasi publik. Dari hasil observasi dan pengamatan serta wawancaraPenelititerkait akun *Facebook* ini, saat ini tampaknya akun *Facebook* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan hanya berfungsi sebagai media sosial pendukung, di mana sebagian besar unggahannya berupa membagikan tautan penghubung ke kanal *YouTube* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan. Kekurangannya adalah sama seperti akun *Instagram* @mc_balangan, *Facebook* ini juga tidak menggunakan fitur *Facebook Page* secara optimal untuk melihat *Page Insights* analisis data untuk mengukur perkembangan akun maupun konten unggahan seperti bagaimana gambaran pasti mengenai performa konten, perilaku audiens, maupun tingkat keterlibatan pengguna terhadap setiap unggahan.

Kekurangan lainnya adalah minimnya variasi konten dan tidak digunakannya fitur-fitur khas *Facebook* menjadikan *platform* ini kurang dimaksimalkan sebagai sarana komunikasi publik yang potensial. Padahal, *Facebook* memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang tentunya memiliki karakteristik yang berbeda dari *platform* lain seperti *YouTube*,

Instagram atau *TikTok*. Segmentasi pengguna *Facebook* bisa lebih luas, termasuk kelompok usia dewasa hingga lanjut usia yang aktif mengakses informasi melalui *platform* ini, menjadikannya wadah strategis untuk menyampaikan informasi pemerintahan secara lebih luas dan menyeluruh. Sayangnya, komunikasi dan interaksi lebih pasif daripada *platform* lainnya.

d. TikTok

Sama halnya dengan *YouTube*, dari data lanjutan yang didapatkan Peneliti,Penelitiakan membandingkan analisis matrik data *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan di paruh kedua tahun 2024 dengan paruh pertama tahun 2025 (hingga 12 Mei) untuk melihat perbedaan dalam berbagai indikator dan dapat menjadi bahan evaluasi strategi yang lebih baik.



Gambar 4. 20 Data Analitik *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan (periode 31 mei-31 Des 2024)

1) Matrik Utama (31 Mei-31 Desember 2024)

Berdasarkan data analisis dari 31 Mei 2024 hingga 30 Desember 2024 yang ditampilkan pada gambar, akun ini telah menunjukkan performa yang cukup baik dengan total tayangan postingan mencapai 422 ribu. Terdapat 4.314 tampilan profil menunjukkan adanya ketertarikan audiens terhadap akun Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan, interaksi yang ada selama 5 bulan tersebut menunjukkan jumlah 13 ribu suka, 1.323 komentar, dan 2.283 kali dibagikan. Serta grafik dibawah menunjukkan adanya kenaikan tayangan yang signifikan pada beberapa waktu tertentu, kemungkinan besar disebabkan oleh konten yang FYP atau sangat menarik.

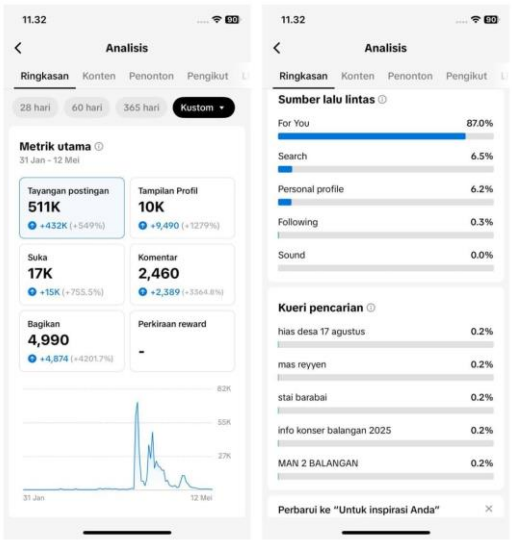
2) Sumber lalu lintas

Dari sisi sumber lalu lintas, mayoritas tayangan berasal dari halaman "*For You Page* (FYP)" (89,2%), menunjukkan bahwa akun Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sering direkomendasikan oleh algoritma *TikTok*, yang menandakan performa konten sangat baik dari sisi engagement dan daya tarik umum. Sumber lain menyusul seperti pencarian (6,1%), profil pribadi (4,2%), pengikut (0,4%), dan suara (0,1%) memberikan kontribusi lebih kecil.

3) Kueri pencarian (*Search Queries*)

Kueri pencarian yang memunculkan konten termasuk topik lokal seperti “balangan paringin tanggal 08 mei,” “racah mampulang,” “hias desa 17 agustus,” dan “inspektorat balangan” mengindikasikan bahwa konten di

akun Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan memiliki keterkaitan dengan isu atau acara lokal yang relevan bagi pencarian audiens.



Gambar 4. 21 Data Analitik *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan (periode 31 Jan-12 Mei 2025)

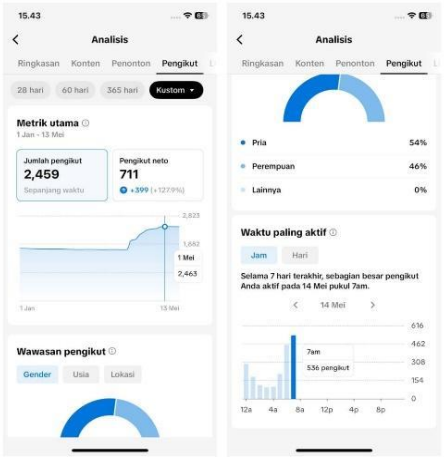
1) Matrik Utama (31 Januari-12 Mei 2025)

Dari 31 Januari hingga 12 Mei 2025, performa akun *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan mengalami peningkatan signifikan. Tayangan postingan mencapai 511.000 dengan kenaikan sebanyak +432.000 tayangan atau naik sebesar 549%. Ini menunjukkan adanya konten yang berhasil menarik perhatian luas, kemungkinan besar karena video viral atau konten yang masuk ke halaman "*For You Page*" secara luas.

Tampilan profil meningkat menjadi 10.000, naik sebesar 1279%, yang menunjukkan ketertarikan pengguna untuk mengetahui lebih lanjut tentang akun setelah menonton konten. Ini merupakan indikator positif bahwa

konten yang dihadirkan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan tidak hanya ditonton, tetapi juga memicu rasa penasaran.

Interaksi juga meningkat drastis, dengan 17.000 suka (+755.5%), 2.460 komentar (+3364.8%), dan 4.990 kali dibagikan (+4201.7%). Kenaikan ini menandakan bahwa konten yang ditayangkan sangat relevan dengan kebutuhan informasi audiens, sehingga mendorong pengguna untuk berbagi dan berpartisipasi dengan aktif.



Gambar 4. 22 Data Analitik pengikut *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan (periode 31 Jan-12 Mei 2025)

Dari matrik data pengikut *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan diatas menunjukkan dari 1 Januari hingga 13 Mei 2025, akun mengalami peningkatan pengikut yang signifikan. Dari data terlihat bahwa total pengikut saat ini mencapai 2.459, dengan pertambahan netto sebesar 711 pengikut, yang berarti ada kenaikan sebesar 127.9%. Menandakan bahwa konten yang ada belakangan ini telah menarik perhatian audiens baru secara konsisten.

2) Sumber lalu lintas

Sebagian besar penonton berasal dari halaman *For You Page* yaitu sebesar 87.0%, yang artinya konten Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sangat sesuai dengan algoritma *TikTok* dan muncul di feed pengguna secara *genuine*. Ini adalah sumber lalu lintas paling berharga karena menunjukkan jangkauan alami yang luas tanpa perlu promosi berbayar.

Lalu lintas dari fitur pencarian mencapai 6.5%, yang mengindikasikan bahwa beberapa pengguna secara aktif mencari dengan kata kunci tertentu yang relevan dengan konten di akun Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan. Kemudian, profil pribadi mencatat 6.2%, menunjukkan adanya penonton yang melihat konten di *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan melalui kunjungan langsung ke akun.

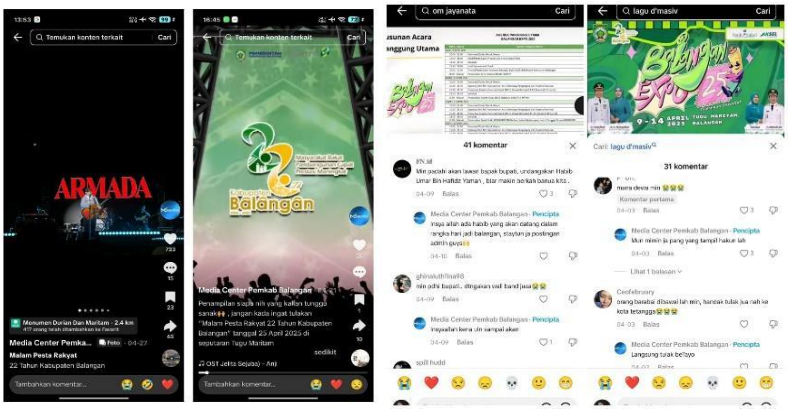
Sumber dari *Following* sangat kecil (0.3%) dan dari Sound tidak ada (0.0%).

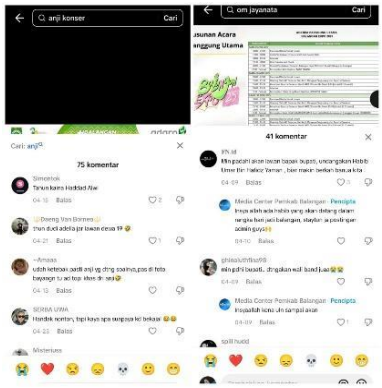
3) Kueri pencarian (*Search Queries*)

Dari data yang ada beberapa kueri pencarian yang mengarah ke konten Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan antara lain: “hias desa 17 agustus”, “info konser balangan 2025”, “MAN 2 BALANGAN” masing-masing ini tercatat 0.2% dari total pencarian, dan semuanya berkaitan dengan konteks lokal atau kegiatan yang spesifik.

Dapat dilihat dari dua perbandingan matrik analisis *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan di atas,Penelitimendapatkan hasil berdasarkan indikator-indikator yang tertera menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan paruh kedua tahun 2024, performa konten *TikTok* di paruh pertama tahun 2025 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Konten yang diunggah pada 2025 terbukti jauh lebih efektif dan lebih mudah dijangkau oleh algoritma *TikTok*, sebagaimana terlihat dari dominasi tayangan di tahun 2025 yang berasal dari halaman *For You Page* (FYP) sebesar 87%.

Interaksi seperti suka, komentar, dan bagikan juga mengalami kenaikan besar, ini menandakan adanya respons atau *feedback* dari audiens atau masyarakat sebagai komunikan. Dari hasil observasiPenelitibahwa sajian konten di *Tiktok* juga lebih ringan, minat masyarakat untuk berkomentar juga lebih terbuka.





Gambar 4. 23 Isi Komentar di laman *TikTok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan

Dari gambar 4. 24 menunjukkan bahwa interaksi komentar di konten informasi *Ceremonial* HUT Kabupaten Balangan di *Platform Tiktok* Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan cukup efektif dibandingkan dengan platform lainnya.

Engagement 2025 jauh lebih tinggi dari penonton dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, data kueri pencarian di tahun 2025 terfokus konten yang lebih lokal dan berhubungan dengan situasi kondisi masyarakat, seperti *event* pesta rakyat dan *ceremonial* yang muncul di pencarian pengguna khususnya masyarakat Balangan.

4. Analisis Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi

Hal penting lainnya dalam tahap evaluasi strategi komunikasi adalah dengan mengetahui dan menganalisis hambatan-hambatan dalam pelaksanaan atau implementasi strategi komunikasi penyebaran informasi publik. Dalam penelitian ini, penting mengetahui hambatan yang terjadi karena berpengaruh terhadap efektivitas penyebaran informasi publik itu sendiri.

Dari hasil penelitian didapatkan beberapa hambatan yang mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi publik di media sosial Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan, beberapa hambatan tersebut adalah faktor Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan pengelolaan *website*, keterbatasan anggaran, penggunaan media sosial kurang maksimal, rendahnya minat masyarakat terhadap informasi pemerintahan, kurangnya partisipasi masyarakat.

Kepala bidang PIKP, Enggo Slamet Widodo menyebutkan SDM masih belum ideal.

> "*Terkait kendala dan hambatan dari internal kami, adalah sumber daya manusia yang terbilang masih minim dan belum ideal. Sehingga untuk menyesuaikan dengan sarana yang ada kami masih terus mengembangkan itu".*[85]

Kepala sub koordinator pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik menjelaskan bahwa sosialisasi penyebaran informasi seputar PPID atau SP4N Lapor di media sosial kurang terpublikasi karena pengelola akunnya terbatas.

> "*Dan untuk saat ini juga kami sosialisasikan melalui media sosial, baik melalui website dan media sosialnya sendiri yaitu Instagram. Namun untuk itu masih jarang terpublish karena terkendala SDM dalam pengelolaan akun itu*".

> "*Untuk disub saya ini, kami masih mengharapkan penambahan dana dan anggaran untuk pembinaan mengenai SP4N Lapor, PPID, dan KIM. Pembinaan itu terhadap admin pengelola untuk meningkatkan SDM baik dari SKPD atau untuk kami juga untuk menambah keefektivitasan kinerja*".[86]

[85] Enggo Slamet Widodo, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 5 Februari 2025.
[86] Yusma, Wawancara Peneliti, Diskominfosan Kabupaten Balangan, 20 februari 2025.

Dan khususnya yang ada di Media *Center* Diskomifosan Kabupaten Balangan, Eddy Irawan selaku kepala sub koordinator menyampaikan masalah SDM ini sejalan dengan SDA yang ada.

> "*Selain itu SDM kami juga belum memadai tetapi ini beriringan dengan SDA yang kami punya. Kami masih membutuhkan lebih banyak SDM yang kompeten*".[87]

Disisi lain penggunaan media sosial sangat membantu dalam proses penyebaran informasi publik, kualitas informasi dan berita seputar pemerintahan akan mempengaruhi citra Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan dalam lingkungan masyarakat, sehingga untuk menganalisis dan mengelola segmentasi, minat dan interaksi audiens sangat diperlukan optimalisasi penggunaan media sosial agar membangun partisipasi dan opini positif dari masyarakat. Dari hasil temuan, didapatkan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan menggunakan strategi penyebaran informasi publik di media sosial yaitu *platform-platform* yang banyak digemari saat ini diantaranya *platform YouTube*, *Instagram*, *Facebook* dan *TikTok*.

Selain itu karena faktor eksternal yang memang menurut keterangan Eddy bahwa minat masyarakat Balangan terhadap informasi publik atau berita pemerintahan belum merata.

> "*Jadi kami sadari juga belum merata dalam memperkirakan minat audiens, masyarakat masih belum konsisten menyimak berita-berita dari kami. Karena menurut pengamatan memang minat masyarakatnya*

[87] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.

juga kurang dalam hal pemberitaan dan informasi seputar pemerintahan".[88]

Adapun pada Sub Koordinator Pengelolaan Media Dan Kemitraan yang dikepalai oleh Fauzan Rahman, terkait publikasi dengan pihak mitra yang membantu penyebaran informasi publik di berbagai media massa, elektronik dan online yang memang selain dari media sosial, disinipun terdapat beberapa hambatan dalam pelaksanaannya.

"*Kalau hambatan dari internal dalam pengelolaan, alhamdulillah bisa dikatakan tidak ada, dari eksternal ini karena kita ibaratnya bertemu dengan orang baru kita tidak mengenal karakternya, artinya sejauh mana kita melihat isi dari surat perjanjian kerjasama itu, kami mengukurnya sejauh mereka menjalankan dan merealisasikan materi yang kami buat, ketika mereka memegang dan merealisasikan itu artinya memang tepat kita kerjasamai, kecuali jika ada beberapa item yang tidak dilaksanakan itu menjadi salah satu pertimbangan kami untuk tahun-tahun berikutnya*".[89]

Tahap evaluasi adalah tahap yang penting, karena prinsipnya tahap ini pada akhirnya bukanlah sebuah tujuan akhir, melainkan langkah dalam perkembangan strategi yang lebih baik lagi dengan dinamisasi faktor-faktor internal serta eksternal yang dialami sebuah organisasi. Secara keseluruhan, setelahPenelitimendapatkan temuan dan observasi dari perencanaan dan pelaksanaan Bidang PIKP terhadap program penyebaran informasi publik di media sosial, Diskominfosan Kabupaten Balangan telah melaksanakan semua tahap strategi komunikasi dalam penyebaran informasi di media sosial dengan strategis, maka dari ituPenelitime-*review* faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar untuk mengembangkan strategi saat ini, yaitu

[88] Eddy Irawan, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 18 Februari 2025.
[89] Fauzan Rahman, wawancara Peneliti, Diskominfosan Balangan, 20 Februari 2025.

dengan membuat matriks analisis pengembangan strategi SO, WO, ST, WT berdasarkan analisis SWOT yang ada di perencanaan dan pelaksanaannya.

Tabel 4. 5 Analisis Strategi Komunikasi evaluasi SWOT

No.	Analisis SWOT	Indikator
1.	Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)	a. Optimalisasi kinerja admin sosial media dengan memanfaatkan tren digitalisasi dan meningkatnya akses internet masyarakat. b. Penggunaan sarana prasarana dan teknologi untuk menghasilkan konten digital menarik dan interaktif. c. Memanfaatkan komitmen pimpinan dalam keterbukaan informasi untuk mendorong komunikasi dua arah.
2.	Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)	a. Menyelenggarakan pelatihan manajemen media sosial berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas SDM. b. Meningkatkan kerja sama dengan komunitas lokal dan media online guna memperluas promosi dan jangkauan. c. Mengadopsi analisis matrik sosial media untuk pengambilan keputusan berbasis data.
3.	Strategi ST (*Strengths-Threats*)	a. Memanfaatkan fasilitas produksi dan teknologi untuk membuat konten yang

No.	Analisis SWOT	Indikator
		edukatif dan menarik guna meningkatkan minat masyarakat. b. Mengaktifkan peran admin sosial media untuk menjawab pertanyaan dan memberikan informasi yang responsif. c. Menguatkan komitmen pimpinan dalam keterbukaan informasi untuk meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan publik.
4.	Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)	a. Meningkatkan literasi digital SDM dan masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan. b. Meningkatkan frekuensi dan kualitas promosi media sosial untuk menarik minat masyarakat. c. Menyusun strategi komunikasi berbasis data dan terintegrasi untuk mengatasi rendahnya minat dan pemahaman masyarakat.

Dari tabel tersebut jika dilihat kembali dalam tahap pelaksanaannya ada beberapa poin yang dijalankan dan beberapa lagi belum terlaksana dengan optimal karena beberapa hambatan dan kekurangan yang telah dipaparkan sebelumnya. *Review* kombinasi strategi SWOT ini dapat membantu penyebaran informasi publik yang lebih adaptif, partisipatif, dan berorientasi

pelayanan informasi publik seperti pada tujuan yang dikemukakan oleh Kepala Bidang PIKP dan Kepala Diskominfosan Kabupaten Balangan tentang pelaksanaan Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sebagai pusat informasi pemerintahan di Kabupaten Balangan.

B. Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Penyebaran Informasi Publik Di Media Sosial Diskominfosan Kabupaten Balangan

Pendekatan yang digunakan oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan dalam menyebarluaskan informasi publik kepada masyarakat melalui *platform* media sosial merupakan bentuk strategi komunikasi yang sudah lama diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang didapatkanPenelitidapat menyatakan bahwa strategi komunikasi oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan dalam penyebaran informasi publik di media sosial secara teknis sudah terlaksana pada semua tahapan manajemen strategis mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, namun masih perlu dilakukan tindaklanjut yang terutama pada evaluasi penguatan strategi komunikasi terhadap efektivitas penyebarannya kepada masyarakat.

a. Perencanaan strategi komunikasi

Tahap perencanaan yang dilakukan oleh Bidang PIKP dalam pelayanan dan penyebaran informasi publik mencakup banyak hal yaitu, identifikasi visi dan misi Diskominfosan, penetapan tujuan, analisis peluang dan tantangan internal dan eksternal (SWOT), penentuan agenda kegiatan yang berpedoman Renstra, indikator kinerja utama (IKU), perencanaan dalam pengelolaan aspirasi dan pelayanan informasi publik (PPID, SP4N Lapor dan KIM), dokumentasi, produksi dan diseminasi informasi untuk masyarakat produksi informasi dan pemberitaan untuk masyarakat (Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan), serta pengelolaan kerjasama media massa di berbagai saluran komunikasi lainnya.

Dari analisis dan observasi peneliti, tahap perencanaan strategi komunikasi mengenai pengelolaan komunikasi dan informasi publik berjalan sesuai dengan tugas dan fungsi pada semua sub koordinator. Pada tahap ini semua tim menjalankan proses komunikasi untuk mencapai tujuan. Tahap perencanaan mulai dari identifikasi tujuan dari pedoman Renstra Diskominfosan Kabupaten Balangan 2021-2026 untuk penetapan program aktivitas di bidang PIKP, diskusi dan koordinasi dalam menentukan agenda pemberitaan, pembagian struktur organisasi, jobdes, dan pemilihan serta pengelolaan media komunikasi khususnya media sosial untuk penyebaran informasi publik.

Semua indikator perencanaan tersebut dilakukan secara sistematis oleh Bidang PIKP untuk memastikan bahwa setiap pembuatan dan penyebaran informasi memiliki kualitas yang baik, dapat dipercaya, dan mampu meningkatkan keterlibatan serta pemahaman publik terhadap pelayanan informasi, kebijakan maupun program kegiatan pemerintahan di Kabupaten Balangan.

Meskipun demikian, dalam proses perencanaan ini, masih terdapat kekurangan dalam pendekatan analisis situasi internal dan eksternal yang mendalam. Misalnya, kurangnya riset terhadap kebutuhan informasi masyarakat dan belum optimalnya identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, seperti keterbatasan SDM dan keterbatasan anggaran dana untuk berbagai kegiatan yang membutuhkan tindak lanjut dalam pengelolaan pelayanan publik atau pengelolaan media sosial.

b. Pelaksanaan strategi komunikasi

Dari hasil temuan Peneliti, menunjukkan bahwa ketiga sub koordinator melakukan tahap pelaksanaan dalam beberapa klasifikasi pengelolaan informasi dan komunikasi publik mencakup kegiatan pelayanan informasi publik yang ditangani oleh Sub Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik, yaitu dengan monitoring opini dan aspirasi melalui sistem PPID dan SP4N Lapor serta pengelolaan sistem informasi desa mandiri yang disebut Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

Kemudian dari Sub Koordinator Pengelolaan Dokumentasi, Produksi, dan Diseminasi Informasi, strategi komunikasi dalam penyebaran informasi publik menggunakan media sosial oleh tim Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan, media sosial aktif yang digunakan untuk sarana penyebaran informasi publik tersebut adalah *YouTube*, *Instagram*, *Facebook, TikTok* dan *Website*.

Setiap bentuk konten disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing *platform* agar pesan dapat diterima secara maksimal oleh pengguna. Dari observasi dan wawancaraPenelit*iplatform-platform* tersebut digunakan sesuai dengan jenis beritanya. Misalnya *YouTube*, informasi publik seputar program-program pemerintahan di Kabupaten Balangan dikemas dalam format berita video yang formal, informatif dan komunikatif, menampilkan visual kegiatan atau peristiwa secara naratif dan profesional.

Dari hasil penelitian dan observasi Peneliti, pelaksanaan penyebaran informasi publik menunjukkan adanya upaya strategi komunikasi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana inovatif penyebaran informasi dan komunikasi publik. Penyebaran informasi publik yang dijalankan telah memperhatikan karakteristik masing-masing *platform*, seperti penggunaan video formal di *YouTube*, infografis singkat di *Instagram*, serta konten ringan dan menarik di *TikTok*, yang menunjukkan adanya kesadaran terhadap pola konsumsi informasi masyarakat digital khususnya di Kabupaten Balangan.

Pelaksanaan ini juga memperhatikan beberapa prinsip penting, seperti menjaga citra positif pemerintah, menyajikan informasi yang akurat, serta konsistensi dalam jadwal tayang, sebagaimana dijelaskan oleh pejabat terkait, yaitu Enggo Slamet Widodo dan Eddy Irawan. Strategi komunikasi yang dijalankan terletak pada kemampuan Diskominfosan Kabupaten Balangan untuk menerjemahkan strategi ke dalam praktik komunikasi yang adaptif dan partisipatif. Dengan menyasar berbagai *platform* media sosial berdasarkan karakteristik konten dan audiens, strategi komunikasi diharapkan menjadi lebih terarah dan berdampak.

Selain itu pelaksanaan publikasi pada tugas Sub Koordinator Pengelolaan Komunikasi, Media, dan Kemitraan di Diskominfosan Kabupaten Balangan menunjukkan bahwa fungsi koordinatif dan kemitraan strategis dengan media telah dijalankan sesuai perencanaan yang ada. Sub ini memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi publik yang

bersumber dari pemerintah daerah dapat tersebar luas melalui berbagai kanal komunikasi, seperti media cetak, televisi, radio, dan media online.

Dari keseluruhan tahap pelaksanaan ini penyebaran informasi publik melalui media sosial tercermin dari proses teknis seperti penentuan agenda pemberitaan, pembagian tugas liputan, produksi konten, dan pemilihan media diseminasi. Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan menunjukkan upaya dalam meningkatkan upaya literasi digital masyarakat dengan konsistensi membagikannya dalam setiap konten informasi publik maupun pemberitaan yang dihadirkan melalui berbagai *platform* media sosial.

c. Evaluasi strategi komunikasi

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk tahap evaluasi penyebaran informasi publik di media sosial yang digunakan oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan adaah dengan beberapa tahapan pada masing-masing sub Koordinator

Dari hasil penelitian dan observasi Peneliti mengenai Sub Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Layanan Informasi Publik melakukan evaluasi peninjauan untuk layanan publik seperti PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) sebagai kanal resmi pelayanan informasi, serta SP4N Lapor sebagai *platform* pengaduan dan aspirasi masyarakat. Penilaian dilakukan terhadap sejauh mana sistem tersebut berfungsi optimal dalam menyampaikan informasi dan merespon kebutuhan publik bersama dengan pihak-pihak SKPD lainnya. Begitu pula dengan pengelolaan KIM yang

ditangani oleh sub koordinator pengelolaan aspirasi dan layanan informasi publik. Kegiatan ini dipromosikan melalui media sosial *Instagram*.

Adapun capaian kinerja secara teknisnya yang dilakukan oleh Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan sudah tercapai semua seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bidang Enggo Slamet Widodo sebelumnya, bahwa kinerja dan program kerja berjalan sesuai dengan tugas dan fungsi serta sudah tercapai dan memenuhi semuanya. Bentuk capaian kinerja termuat dalam Renja tahunan yang berisi evaluasi dan laporan kinerja dalam setahun.

Namun demikian, pada tahap evaluasi ini menunjukkan adanya hambatan signifikan yang berpotensi menghambat proses penyebaran informasi publik maupun efektivitas strategi tersebut. Dari sisi internal, keterbatasan sumber daya manusia menjadi faktor utama, di mana jumlah dan kapasitas tim pengelola dinilai masih belum ideal. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya pemanfaatan media sosial, keterbatasan pengelolaan *website*, dan rendahnya inovasi dalam ragam konten yang diproduksi. Selain itu, kendala dari sisi eksternal seperti rendahnya minat dan partisipasi masyarakat terhadap informasi pemerintahan turut menjadi tantangan tersendiri.Penelitijuga menemukan dari hasil wawancara belum adanya perencanaan agenda pemberitaan (*agenda setting*) serta analisis performa konten yang terukur, sehingga penyebaran informasi publik melalui media sosial cenderung bersifat reaktif dan kurang dioptimalkan.

Secara keseluruhan strategi komunikasi menggunakan teori tahapan manajemen strategi Fred R David praktik di lapangan menunjukkan bahwa meskipun Diskominfosan Kabupaten Balangan dalam hal ini Media *Center* Diskominfosan Kabupaten Balangan telah menjalankan fungsi komunikasi untuk penyebaran informasi publik secara aktif melalui media sosial, namun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Hambatan-hambatan seperti keterbatasan SDM, minimnya pelatihan konten digital, rendahnya minat masyarakat terhadap informasi pemerintahan, serta terbatasnya anggaran promosi, menjadi faktor penghambat yang dominan dalam proses diseminasi informasi.

Penerapan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik memang sudah tepat secara strategis. Namun, dari sisi implementasi, belum semua media sosial digunakan secara optimal dan belum semua konten mampu membangun keterlibatan (*engagement*) publik yang tinggi. Beberapa informasi yang hanya bersifat satu arah, dan ada pula yang gagal menarik perhatian karena kurangnya interaksi persuasif dari konten yang disajikan. Selain itu, peran partisipatif masyarakat dalam memberi umpan balik juga masih minim, karena hambatan eksternal yang disebutkan sebelumnya.

Evaluasi yang dilakukan cenderung bersifat teknis dan dari hasil penelitian bahwa evaluasi dan perbaikan ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan visi dan misi kepala daerah. Oleh karena itu, strategi komunikasi dengan tahapan manajemen Fred R David beserta

komponennya ini sudah dilakukan secara terstruktur oleh Diskominfosan Kabupaten Balangan dan sudah memberikan dampak yang cukup positif dengan penggunaan media sosial terhadap penyebaran informasi publik, tetapi perlu revisi dan melakukan peningkatan berkelanjutan agar informasi tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dipahami dan dipraktikkan oleh masyarakat luas. Dan tentunya potensi pengembangan strategi sangat terbuka dilihat dari peluang yang ada di Kabupaten Balangan seperti melalui peningkatan kapasitas SDM, pengelolaan segmentasi kebutuhan informasi publik masyarakat, penguatan inovasi konten di berbagai media sosial yang digunakan, dan pemanfaatan data analitik media sosial secara berkelanjutan.