

# POLICY BRIEF

## MEDIA SOSIAL DAN KOTA KITA

### EXECUTIVE SUMMARY

Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mewajibkan bupati dan wali kota di Jawa Tengah yang baru dilantik agar memanfaatkan media so-sial untuk berinteraksi dengan warga mereka. Ucapan Ganjar itu disampaikan saat sambutan pelantikan kepala daerah secara virtual pada 26 Februari 2021.

Secara normatif, ada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Dalam peraturan itu disebutkan proses pemanfaatan media sosial meliputi tahapan perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi. Pemerintah harus mengomunikasikan kebijakan, rencana kerja, dan capaian kinerja kepada masyarakat luas, melalui media tradisional, media konvensional, dan media baru, dengan alasan media sosial bersifat dua arah dan terbuka, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi.

Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarkan program dan kebijakan pemerintah serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga mencapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Nilai strategis penggunaan media sosial untuk komunikasi kebijakan dikarenakan masyarakat di Indonesia telah sampai pada paradigma masyarakat informasi (*information society*). Masyarakat informasi adalah masyarakat yang menggunakan informasi sebagai basis peningkatan kemampuan hidupnya baik dalam kegiatan ekonomi, sosial, politik maupun budaya. Ciri yang tampak dari masyarakat informasi adalah pemanfaatan dan akses yang tinggi dalam berkomunikasi serta mencari informasi melalui perangkat digital (*digital devices*). Hal ini dibuktikan dari survei Hootsuite dan We Are Social bahwa penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 202,6 juta jiwa dari jumlah penduduk Indonesia 274,9 juta. Jadi, 73,7 persen orang Indonesia mengakses internet. Jumlah itu meningkat 15,5 persen atau 27 jiwa dari awal 2020.

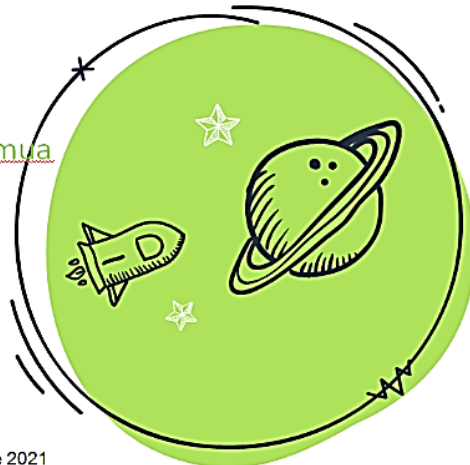
### DURASI

8 Jam 52 menit: internet semua perangkat

2 Jam 50 menit: TV

3 Jam 14 menit: Medsos

1 Jam 38 menit: membaca berita (daring-cetak)



## **ADA APA DENGAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH?**

Penggunaan media sosial oleh pemerintah nampaknya masih memerlukan upaya yang cukup keras supaya menjadi ajang dialog yang nyaman dan menyenangkan bagi warga. Salah satu tema yang perlu digarap secara deliberatif melalui medsos adalah isu kesejahteraan masyarakat, termasuk di dalamnya isu kemiskinan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kota Magelang dan diskusi terfokus dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas Komunikasi dan Informasi Statistik (Diskominsta), Sekretariat Daerah Bagian Humas (Humas), Dinas Sosial (Dinsos), kecamatan, dan kelurahan ditemukan bahwa isu kebijakan penanggulangan kemiskinan belum digarap secara khusus melalui media sosial resmi milik pemerintah.

Di sisi lain, kelompok rumah tangga miskin sebagian besar mengandalkan informasi dari perantara informasi, yaitu tokoh masyarakat di lingkungannya yang melek teknologi informasi, misalnya: ketua RT, pekerja sosial, tetangga yang PNS di Pemerintah kota. Oleh karena itu alangkah baiknya jika kecepatan dan keluasan jangkauan informasi terkait kebijakan penanggulangan kemiskinan bisa ditingkatkan, sehingga kau rentan lebih cepat mendapat informasi dari jaringan terdekatnya (Wahyunengseh et al, 2020).

Isu kemiskinan menjadi salah satu topik yang dikenali oleh semua orang. Oleh karena itu, semakin sering memperbincangkannya secara luas, semakin berpeluang mendapatkan banyak gagasan terobosan dari berbagai komponen warga. Jadi, isu kemiskinan sebenarnya dapat menyatukan berbagai pilar governance dalam satu frame, yaitu OPD, dunia usaha, forum masyarakat. Salah satu sumber daya kreatif yang sangat strategis menghadirkan atmosfer optimis adalah Forum TJSLP.

Kajian terdahulu menemukan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah belum memerankan aspek sosialnya untuk penyebaran informasi, social learning, dialog, dan pembentukan jejaring. Hal ini terlihat dari; (i) belum adanya strategi dalam mengelola konten dan monitoring evaluasi untuk melihat pertumbuhan followers, (ii) respon pengikut/masyarakat masih cenderung pasif dengan hanya memberikan like pada unggahan yang bersifat satu arah. (Setiawan dan Wahyunengseh, 2020, Wahyunegseh, et al, 2020; Wahyunengseh dan Hastjarjo, 2021).

Dari aspek teknis pengelolaan media sosial pemerintah Kota Magelang masih memerlukan upaya pengembangan mengemas medsos menjadi lebih menarik, tidak membosankan. Akun medsos yang baik tidak hanya hanya diikuti oleh ba-nyak follower. Yang lebih penting lagi adalah menghasilkan engagement yang bagus. Engagement bisa diartikan interaksi dua arah, antara admin dan follower atau warganet. Jika akun kita sepi-sepi saja, tak ada komentar dari follower, tak mendapatkan jempol atau emoji, dan sejenisnya, jangan-jangan akun medsos kita tak menarik.

## **APA PENYEBAB BELUM OPTIMALNYA PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH?**

Penyebab permasalahan belum optimalnya penggunaan media sosial pemerintah untuk komunikasi secara spesifik kebijakan kemiskinan dikarenakan hambatan internal dan eksternal.

Hambatan internal yang membuat kurang optimalnya penggunaan media sosial pemerintah dikarenakan belum adanya kebijakan yang mengharuskan setiap OPD mempunyai media sosial. Demikian juga belum adanya kewajiban bagi Dinas menyediakan admin khusus yang mengelola sehingga komunikasi media sosial lebih terpantau kemanfaatan strategisnya.

Hambatan eksternal adalah minat masyarakat mengikuti akun media sosial pemerintah masih rendah. Hal ini nampak dari jumlah follower akun official pemerintah daerah. Kondisi ini perlu dipecahkan, supaya masyarakat menjadi senang berinteraksi dengan pemerintah di media sosial.

## **MENGAPA PERLU MEMAKAI MEDIA SOSIAL?**

Penyebab permasalahan belum optimalnya penggunaan media sosial pemerintah untuk komunikasi secara spesifik kebijakan kemiskinan dikarenakan hambatan internal dan eksternal.

Secara detail, tujuan instansi pemerintah memanfaatkan media sosial, yakni:

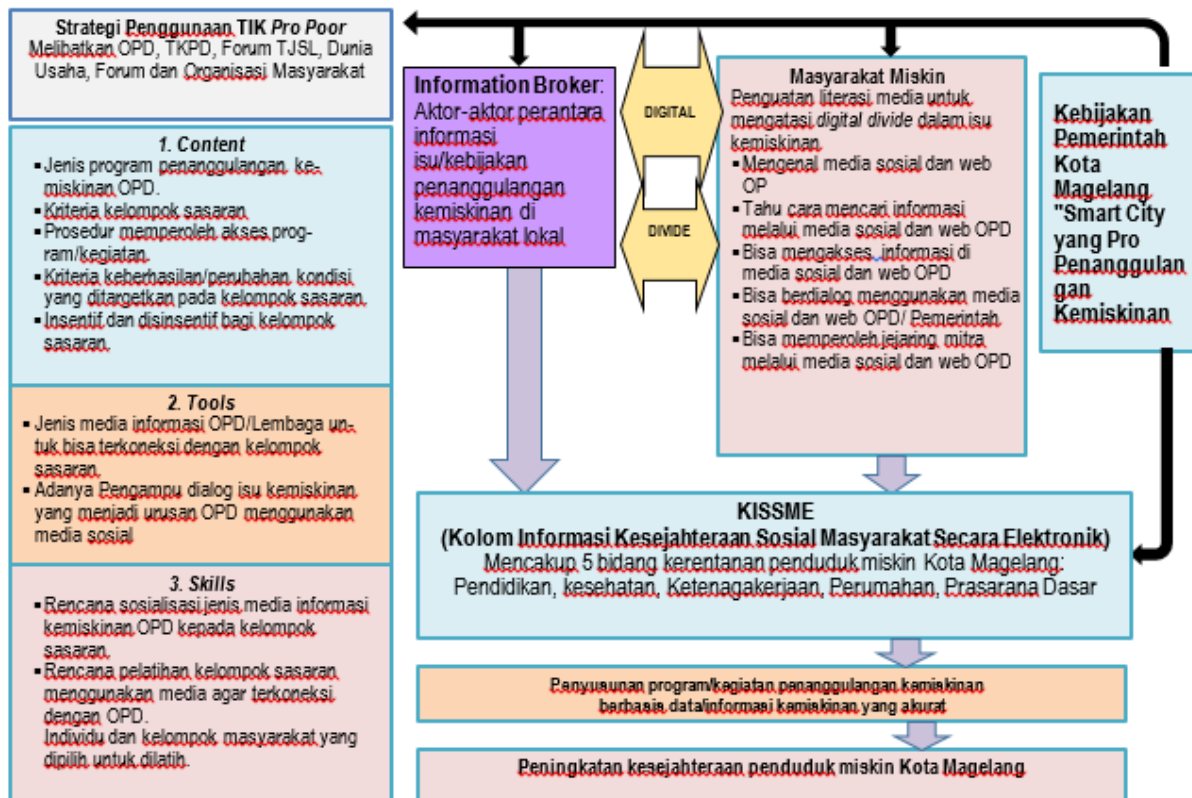
1. Menyimak (listening), yaitu instansi menggunakan media sosial untuk memahami dan menyerap aspirasi kebutuhan khalayak;
2. Berbicara (talking), yaitu instansi menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan pesan dan informasi;
3. Menyemangati (energizing), yaitu instansi menggunakan media sosial untuk membangun semangat dan keterlibatan serta mendorong khalayak menyebarluaskan pesan melalui percakapan dari mulut ke mulut (word-of-mouth) dan komunikasi viral (melalui internet);
4. Mendukung (supporting), yaitu instansi menggunakan media sosial untuk membantu khalayak agar saling mendukung sehingga tercipta dukungan yang lebih besar;
5. Merangkul (embracing), yaitu instansi menggunakan media sosial untuk melibatkan khalayak ke dalam kegiatan instansi, termasuk dalam memberikan saran, gagasan, dan/atau tindakan nyata.

## **AGENDA APA YANG PERLU DILAKUKAN**

Merujuk pada temuan penelitian, yaitu: Model Pemanfaatan Teknologi Komunikasi dan Informasi untuk Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan (gambar 1 di bawah ini), maka agenda kebijakan yang perlu dilakukan yaitu:

1. Memutuskan kebijakan (SE Walikota, SK Walikota, atau peratrann walikota) untuk manajemen media sosial pemerintah sebagai media komunikasi kebijakan yang dialogis dan berkelanjutan meyatukan jejaring modal sosial;
2. Meningkatkan kemampuan kreasi Content isu kesejahteraan dan kebijakan penanggulangan kemiskinan melalui media sosial, disajikan materi:
  - Mengangkat isu kemiskinan menjadi isu publik di dunia maya”.
  - Strategi membikin konten menarik dan populer soal kemiskinan di Medsos
3. Meningkatkan kecukupan tools untuk advokasi isu kesejahteraan dan kebijakan penanggulangan kemiskinan. Pengenalan karakteristik berbagai media sosial dan efektivitasnya sebagai pembawa pesan.
4. Meningkatkan skill diseminasi isu kesejahteraan dan kebijakan penanggulangan kemiskinan

Gambar 1. Model Pemanfaatan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Untuk Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan (Pro Poor ICT Policy)



## REFERENSI

- Wahyunengseh, R.D., Hastarjo, S., Mulyaningsih, T., & G. Suharto. D. (2020). Digital Governance and Digital Divide: A Matrix of the Poor's Vulnerabilities. Policy & Governance Review, 4(2), 2020, 152-166. Doi: <https://doi.org/10.30589/pgr.v4i2.296>
- Setiawan, D. dan Wahyunengseh, R.D. (2020) Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan di Era 4.0: Studi Konten Analisis New Media Pemerintah Kota Magelang. Journal of Public Administration and Local Government, 4(2), 2020, 141-156.
- Wahyunengseh, R.D. Hastjarjo, S., Mulyaningsih, T. (2019). Information Broker and Communication Pattern Among the Poor in the Government 5.0 Era. Proceedings of the 1st ICA Regional Conference, ICA 2019, October 16-17 2019, Bali Indonesia.
- Mulyaningsih, T., Wahyunengseh, R., Hastjarjo, S. (2020). Poverty and Digital Divide: A Study in Urban Poor Neighborhoods. 24 (2), 2020, 189-203. <https://doi.org/10.22146/jsp.52325>

## PENULIS

Rutiana Dwi Wahyunengseh

Prodi Ilmu Administrasi Negara Fisip Universitas Sebelas Maret

Sri Hastjarjo

Prodi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sebelas Maret