



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor Skripsi
6132/KOM-D/SD/2023

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KOMINFO.DUMAI
SEBAGAI SARANA INFORMASI KOTA DUMAI**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH

MEUTUAH AMATUL FIRDAUSYA

NIM.11840322071

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2023

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Meutuah Amatul Firdausya
NIM : 11840322071
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai sebagai Sarana Informasi Kota Dumai

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Maret 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Maret 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Yantos, S.IP., M.Si
NIP. 202201710

Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 22 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan
sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Meutuah Amatul Firdausya
NIM : 11840322071
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai
sebagai Sarana Informasi Kota Dumai

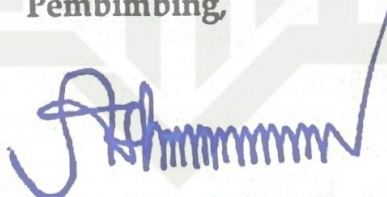
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan
untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah
satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan
dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas
Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak,
diucapkan terima kasih.

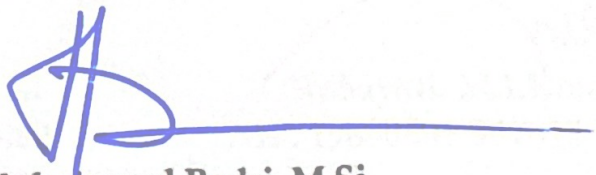
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP./NIK. 2018116901

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah penguji pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Meutuah Amatul Firdausya
NIM : 11840322071
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominformasi.dumai sebagai Sarana Informasi Kota Dumai

telah di Munaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 11 September 2023

dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom., pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 September 2023



Dekan,

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/Penguji I,

Sekretaris/Penguji II,

Dr. H. Arwan, M. Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

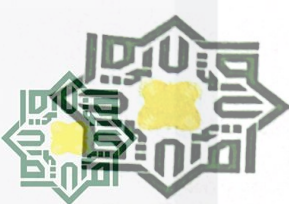
Muhammad Soim, M.A
NIK. 130 417048

Penguji III,

Dr. Musfaldy, S. Sos., M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Penguji IV,

Rohayati, M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Meutuah Amatul Firdausya

NIM : 11840322071

Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh, 25 Maret 1999

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram
@kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota
Dumai

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum bagian dari skripsi ini, jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila ditemukan penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang telah disesuaikan dengan peraturan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim serta UUD yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 02 September 2023
Yang membuat pernyataan



Meutuah Amatul Firdausya
Nim. 11840322071

Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Meutuah Amatul Firdausya
 NIM : 11840322071
 Tempat/Tgl. Lahir : Banda Aceh / 25 Maret 1999
 Fakultas/Pascasarjana: Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya:

Pemanfaatan media sosial Instagram @koninfo.dumai
 sebagai sarana Informasi Kota Dumai

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
 2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
 3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 02 Oktober 2023

Surat pernyataan



Meutuah Amatul Firdausya
 NIM: 11840322071

"pilih salah satu sesuai jenis karya tulis"



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Meutuah Amatul Firdausya
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai

Media sosial saat ini sangat populer digunakan dalam menyampaikan informasi, salah satu media sosial yang banyak digunakan ialah Instagram. Instagram memiliki fitur-fitur menarik yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang termasuk instansi pemerintahan. Diskominfo Dumai salah satu instansi yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana penyampaian informasi Kota Dumai, dengan nama akun (@kominfo.dumai). Penyebaran informasi melalui Instagram sangat cepat dan mudah, namun memiliki hambatan sehingga penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana akun Diskominfo Dumai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana informasi Kota Dumai. Jenis penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan juga menggunakan triangulasi sumber dan waktu untuk mendapatkan keabsahan data. Peneliti menganalisis pemanfaatan media sosial dengan menggunakan teori Chris Heuer yaitu komponen 4C. Hasil dari penelitian ini yaitu Instagram Diskominfo Dumai dinilai cukup berhasil dalam pemanfaatannya sebagai wadah penyampaian informasi kepada masyarakat, namun diperlukan juga kritik dan saran dari masyarakat untuk menjadikan pemerintahan Kota Dumai lebih baik lagi ke depannya.

KATA KUNCI : Instagram, Media Sosial, Sarana Informasi

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Meutuah Amatul Firdausya

Department : Communication Studies

Title : *Utilization Of Instagram Social Media @kominfo.dumai as a Facility of Information Dumai City*

Social media is currently very popular used in delivering information, one of the most widely used social media is Instagram. Instagram has interesting features that can be utilized by many people including government agencies. Diskominfo Dumai is one of the agencies that uses Instagram social media as a means of delivering information on Dumai City, with an account name (@kominfo.dumai). The dissemination of information through Instagram is very fast and easy, but it has obstacles so this study aims to find out how the Diskominfo Dumai account utilizes Instagram social media as a means of information in Dumai City. The type of research used is qualitative descriptive through interviews, observation, documentation and also uses triangulation of sources and time to obtain the validity of the data. Researchers analyzed the use of social media using Chris Heuer's theory, namely the 4C component. The result of this study, namely Instagram Diskominfo Dumai, is considered quite successful in its use as a forum for delivering information to the community, but criticism and suggestions from the community are also needed to make the Dumai City government better in the future.

KEYWORDS : *Instagram, Social Media, Information Tools*

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah Subhanahuata'ala atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @diskominfo.dumai sebagai Sarana Informasi Kota Dumai”** ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana mestinya. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at Beliau di akhirat kelak, Aamiin Ya Rabbal' Alaamiin.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak sekali kekurangan-kekurangan, baik dalam segi materi maupun dalam teknis penulisannya. Hal ini tentunya dikarenakan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharap kritik dan saran yang membangun, demi terbentuknya sebuah karya tulis ilmiah yang sempurna.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga selesainya skripsi ini. Yang pertama adalah rasa hormat serta ucapan terima kasih kepada orang tua penulis yaitu Mama tercinta Cut Raziah dan Ayah Andi Sukarman yang mana tidak pernah berputus asa dalam mendoakan penulis, tidak mengenal kata lelah untuk memenuhi kebutuhan dan tidak pernah meminta balasan atas itu semua. Selain itu penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag.,
2. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag.,
3. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd.,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
5. Bapak Dr. Imron Rusidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Masduki, M.Ag., Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si., Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Dewi Sukartik, S.Sos, M.Sc selaku Penasihat Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.
10. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Pembimbing. Terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan
11. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, yang telah mengajarkan banyak ilmu tentang jurusan Ilmu Komunikasi sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Dumai dan seluruh staf IKP yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan dengan baik hati memberikan data-data yang penulis butuhkan.
13. Terima kasih kepada saudara-saudari penulis yang sangat penulis sayangi yaitu Naufal Mutawakkil, Santi B, Andi Ardiatman, Rafi Andya Caesar, Raki Andyra Caesar, Andi Anisa, Raisya Putri Candra, Andi Sulthan yang telah mendukung penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada sahabat penulis Intan Sri Arindrani dan Yuriska Adelya yang telah menguatkan dan memberikan motivasi dengan cara yang berbeda kepada penulis.
15. Terima kasih kepada Saudara Arinaldo karena telah sabar kebersamaian penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Terima kasih sudah meluangkan waktu, memberikan semangat dan hiburan dengan usaha nya dalam menemani penulis selama proses penyelesaian studi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Dan penulis berterima kasih sebesar-besarnya kepada diri sendiri karena sudah berjuang, bertahan, tampil kuat dan ceria meskipun sering nangis sendirian.

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di UIN Suska Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*. Penulis juga memohon atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama perkuliahan berlangsung baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, maka dari itu penulis memohon untuk memberikan kritik dan saran untuk perbaikan masa yang akan datang.

Pekanbaru, 19 Juli 2023

Penulis,

Meutuah Amatul Firdausya

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Bagan	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.3 Konsep Operasional	27
2.4 Kerangka Pikir	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Sumber Data Penelitian	30
3.4 Informan Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Validitas Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Sejarah Diskominfo Kota Dumai	37
4.2 Tugas dan Fungsi Diskominfo Kota Dumai	38
4.3 Letak Lokasi Diskominfo Kota Dumai	38
4.4 Visi dan Misi Diskominfo Kota Dumai	39
4.5 Struktur Organisasi Diskominfo Kota Dumai	39

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Hasil Penelitian	41
5.2 Analisis dan Pembahasan	48

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Saran..	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	31
Tabel 5.1 Tabel Informan Penelitian	41





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMABR

Gambar 1.1 Pengguna aktif media sosial di Indonesia	3
Gambar 4.1 Logo Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai	39
Gambar. 5.2.1 Data kunjungan pengguna Instagram kepada akun @kominfo.dumai	50
Gambar. 5.2.2 Data kenaikan pengikut akun @kominfo.dumai	50
Gambar. 5.2.3 Kategori Konten Media Sosial	62
Gambar. 5.2.4 Bentuk konten informasi berupa foto pada akun @kominfo.dumai	53
Gambar.5.2.5 Bentuk konten informasi berupa Video Reels pada akun @kominfo.dumai	62
Gambar. 5.2.6 Postingan kolaborasi dan lomba di akun @kominfo.dumai	57
Gambar 5.2.7. Postingan konten kolaborasi UMKM pada akun @kominfo.dumai	57
Gambar. 5.2.6 Konten kolaborasi akun @kominfo.dumai dengan akun @bpom.dumai	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir	29
---------------------------------	----





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini instansi pemerintahan kota di Indonesia sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi khususnya media sosial Instagram. Salah satu kota yang memiliki dan aktif dalam menggunakan media sosial Instagram adalah Pemerintah Kota Dumai. Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia tidak menetapkan penggunaan media sosial apa saja yang wajib dimiliki oleh pemerintahan kota maupun provinsi, hanya saja menyesuaikan dengan kebutuhan dari daerah masing-masing. Pemerintah Kota Dumai memilih untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai media sosial utama dalam menyampaikan informasi dan komunikasi, dalam hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika Dumai menjadi instansi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan akun Instagram @kominfo.dumai.

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Dumai menyadari pentingnya keberadaan Instagram sebagai platform media sosial yang populer, efektif dan lebih cepat dalam arus penyebaran informasi terhadap masyarakat Kota Dumai. Instagram @kominfo.dumai memiliki banyak *Followers* atau pengikut di kalangan masyarakat Kota Dumai yaitu sebanyak 19.300 atau (19.3K). Media sosial Instagram @kominfo.dumai diisi dengan konten-konten menarik yang berhubungan dengan Kota Dumai. Informasi yang di unggah berupa informasi tentang apa saja yang sedang, akan dan sudah terjadi di kota Dumai, seperti program-program pemerintah Kota Dumai, kegiatan-kegiatan masyarakat dan Walikota, acara-acara penting di Dumai, pengenalan parawisata dan berbagai konten yang penting lainnya. Berdasarkan data dari akun Instagram @kominfo.dumai jadwal pengunggahan konten dilakukan rutin setiap saat dan terupdate.

Instagram dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, selain itu penggunaan Instagram @kominfo.dumai juga memungkinkan untuk berinteraksi dan lebih dekat dengan masyarakat. Melalui media sosial Instagram masyarakat dapat memberikan masukan, saran, dan juga kritik terhadap apa saja yang terjadi di kota Dumai melalui postingan Instagram @kominfo.dumai. Melalui pemanfaatan media sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi kepada masyarakat, namun juga dapat menjadi wadah umpan balik dalam pengaduan dan penyampaian pendapat dari masyarakat kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai. Pemanfaatan Instagram @kominfo.dumai dapat memperkuat citra dan branding yang menarik wisatawan dan berdampak positif bagi perekonomian dan parawisata Kota Dumai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Setelah melakukan analisis, hasil penelitian dari Instagram @kominfo.dumai terdapat pula kekurangan yaitu belum maksimalnya dalam merespon keluhan masyarakat, dan menimbulkan komentar negatif terhadap pencapaian kinerja pemerintah. Hal ini disebabkan ketidakpuasan atau kekecewaan masyarakat terhadap pemerintahnya. Ada juga beberapa tantangan yang harus diperhatikan akun @kominfo.dumai seperti kualitas penyampaian konten yang harus memenuhi standar yang baik dan akurat agar terhindar dari adanya misinformasi dan berita hoaks yang dapat merugikan banyak pihak, transparansi dan keterbukaan terhadap publiknya.

Untuk mengatasi permasalahan dan tantangan tersebut, Diskominfo Dumai harus melakukan berbagai upaya seperti memberikan edukasi tentang etika dalam berkomunikasi di media sosial kepada pengguna Instagram, pemerintah dapat menyampaikan pesan yang positif tentang penggunaan bahasa yang sopan dan menghormati dalam berkomunikasi di media sosial, menjaga transparansi dalam memberikan informasi kepada publik untuk menghindari kemungkinan munculnya spekulasi atau prasangka negatif, meningkatkan kualitas informasi yang disajikan melalui verifikasi dan validasi informasi yang dilakukan sebelum informasi tersebut disebarkan ke publik, mendorong partisipasi positif dari pengguna Instagram dalam berkomentar dan memberikan dukungan untuk upaya pemerintah.

Saat ini teknologi informasi mempunyai dampak yang sangat besar terhadap kehidupan manusia. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan pesat berhasil menciptakan suatu inovasi baru serta mampu membuat perubahan pola komunikasi terhadap masyarakat. Sebelum adanya perkembangan teknologi dan informasi masyarakat hanya dapat berkomunikasi melalui surat kabar. Dan jika masyarakat ingin mendapatkan suatu informasi atau berita-berita lainnya tentunya koran sebagai salah satu sumber berita. Semakin berjalan nya waktu perkembangan teknologi membuat media semakin berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi baru, yaitu salah satunya dengan menciptakan *New Media*.

New media merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan kemunculan era baru dalam berkomunikasi atau berinteraksi, komputer, jaringan informasi dan komunikasi. *New Media* memiliki pengertian yaitu teknologi berbasis komputer yang tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi tetapi juga berfungsi untuk saling tukar informasi, seperti komputer, media sosial, internet, terminal video teks, kabel digital dan sebagainya¹. Kemajuan teknologi informasi dan

¹ Gunawan - Saleh and Ribka Pitriani, —Pengaruh Media Sosial Instagram Dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya _Alone Together, 'I Jurnal Komunikasi 10, no. 2 (2018):



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

komunikasi di zaman ini, berita dari dalam maupun luar negeri sangat cepat tersampaikan, bahkan komunikasi jarak jauh dengan tatap mukapun bisa dilakukan. Tidak dipungkiri bahwa masyarakat sebagai pengguna teknologi saat ini semakin dinamis dan adaptif.

Media sosial adalah suatu bentuk hasil dari perkembangan teknologi dalam komunikasi dan informasi, media sosial diciptakan supaya mempermudah masyarakat untuk saling bertukar pesan atau sebagai berlangsungnya komunikasi antar individu serta dapat memperoleh berbagai macam berita. Media sosial bersifat digital dan dapat terhubung dengan jaringan internet yang mempelajari tentang bagaimana informasi ataupun berita dapat tersebar dengan cepat dan juga tersampaikan dengan baik kepada publiknya. Melalui media sosial penyampaian informasi dan berita dapat berupa visual, audio, dan audiovisual. Adapun contoh dari berbagai macam-media sosial yaitu Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok, Blog dan lain-lain.

Media sosial pada *New Media* ini bukan hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai wadah penyampaian informasi yang praktis dan mudah untuk diaplikasikan². Berdasarkan sumber laporan yang telah didapatkan dari databoks (2023) jumlah media sosial di Indonesia mencapai 60,4% dari total populasi penduduk di tanah air pada Januari 2023. Mengutip data grafik dari DataIndonesia.id jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan 12,57% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 191 juta jiwa. Penurunan ini pun menjadi yang pertama kali terjadi dalam satu dekade terakhir.



Gambar 1.1 Pengguna aktif media sosial di Indonesia

² Novi Herlina, —Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat, *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017): 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Media sosial yang paling populer di tahun 2023 menurut lansiran Cloudfare pada Ayovaksindinkeskdidi.id, Selasa (14/3/2023) diantaranya yaitu Facebook, Tiktok, Instagram, Twitter, Snapchat, Linkedin, Discord, Reddit, Pinterest, dan Kwai. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, memakai filter digital (memberikan efek pada foto), dan dapat juga membagikannya. Pengguna Instagram lebih diarahkan kepada perangkat berjalan seperti smartphone. Pada 6 Oktober 2010 awalnya Instagram dibuat khusus untuk pengguna ios. Kemudian pada April 2012 perusahaan melebarkan jangkauannya dengan merilis Instagram for Android.

Saat ini jumlah pengguna Instagram baru mencapai 30 juta pengguna. Namun, karena dianggap sebagai jejaring sosial yang juga sangat kompetitif, seminggu kemudian pada 9 April 2012 Facebook secara resmi membeli aplikasi Instagram dengan biaya US\$1 Miliar (sekitar Rp. 9 Triliun)³. Pada pertengahan tahun 2016, Instagram telah tercatat memiliki 500 juta pengguna di seluruh dunia, dimana pertumbuhannya meningkat dua kali lipat dalam kurun waktu dua tahun. Ada sebanyak 300 juta akun yang ada merupakan pengguna Instagram harian. Jumlah pengguna jejaring sosial dunia akan meningkat dari 0,97 miliar menjadi 2,44 miliar pada tahun 2018, pertumbuhan akan diprediksikan mengalami peningkatan sebesar 300% dalam kurun waktu delapan tahun dan akan terus meningkat di berbagai penjuru dunia⁴.

Di Negara Indonesia sendiri juga salah satu pengguna Instagram terbanyak dengan total angka menyentuh 89%. Pengguna Instagram yang berusia antar 18 hingga 34 tahun menggunakan Instagram setidaknya seminggu sekali. Mayoritas pengguna Instagram merupakan anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata usia mereka adalah 18-24 tahun sebanyak 59 persen. Kemudian usia 45-34 tahun 30 persen dan yang berusia 34-44 tahun 11 persen. Pengguna aktif Instagram berjenis kelamin Perempuan sebanyak 63% dan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 37%.⁵

Pemerintah dan lembaga pemerintah di Indonesia telah mengambil keuntungan dari fenomena ini, dan juga penggunaan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi pemerintah dianggap sebagai inovasi baru yang mempunyai kekuatan untuk menciptakan komunikasi dan informasi yang lebih

³ Eurika Intan Innova, —Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia,|| Jurnal e-Komunikasi 4, no. 1 (2016): 2.

⁴ Amanda Santoso, Imam Baihaqi, and Satria Persada, —Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita,|| Jurnal Sains Dan Seni ITS 6, no. 1 (2017): 50–54.

⁵ Witanti Prihatiningsih, —Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja,|| Jurnal Comunication VIII, no. 1 (2017): 52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tepat sasaran, lebih cepat, lebih banyak dan lebih terbuka. Peneliti percaya bahwa perlu mengetahui pengelolaan atau pemanfaatan media sosial yang diterapkan oleh pemerintah Kota Dumai dalam penyampaian informasi terhadap publiknya. Secara teoritis media sosial menurut Boyd dalam bukunya ialah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan organisasi berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu juga saling berkolaborasi.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan wadah untuk berbagi informasi dan komunikasi kepada khalayak ramai, baik yang dikenal maupun tidak yang dikenal. Cara berbagi informasi di media sosial Instagram juga beragam, mulai dari gambar, video dan disertai tulisan. Berbagi informasi di media sosial cukup menarik, dan bebas dalam mengekspresikan diri yang akan menjadi nilai tambah bagi pengguna media sosial.

Kemudahan mengakses jejaring sosial juga memiliki daya tarik tersendiri, terutama kemudahan dengan beberapa klik dan media sosial yang diinginkan segera terbuka. Perkembangan teknologi informasi berbanding lurus dengan bertambahnya jumlah media sosial, dikarenakan manusia tidak pernah puas dalam mencari informasi yang menarik khususnya di media sosial Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya merasakan pengalaman antara dua orang atau lebih dengan menggunakan media foto atau video. Tak hanya membagikan foto dan video, pengguna lain juga dapat mengomentari.

Dalam mengukur efektivitas pengguna media sosial Instagram oleh Diskominfo Dumai sebagai sarana informasi, perlu dilakukan penelitian kualitatif yang mengkaji pengalaman dan persepsi masyarakat terhadap pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi Diskominfo Dumai dalam melakukan peningkatan kualitas dan aksesibilitas informasi yang disajikan. Dari fenomena dan permasalahan yang telah penulis paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai”**.

1.2 Penegasan Istilah

Agar mencapai pemahaman yang mendalam, penulis perlu menegaskan istilah agar mempermudah dan menghindari adanya kesalahpahaman.

- a. Media Sosial menurut Taprial dan Kanwar yaitu media yang digunakan oleh seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain sebagainya dengan orang lain. Media sosial berbasis internet sebagai media komunikasi berkembang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semakin pesat yang dapat diakses melalui telephone seluler yang dikenal dengan istilah telepon cerdas atau *smartphone*.

- b. Instagram adalah salah satu aplikasi *Smartphone* media sosial yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat karena beragam fitur yang dapat membantu penggunanya mengemas informasi berbentuk foto dan video. Pengertian instagram secara sederhana berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi tersebut, yaitu kata “insta” berasal dari kata “instan” serupa kamera *polaroid* yang terkenal dapat menghasilkan foto instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yaitu pengiriman informasi kepada oranglain dengan cepat.
- c. Penyebaran Informasi berkaitan dengan proses komunikasi, karena dari banyaknya definisi mengenai komunikasi memiliki makna inti yaitu menceritakan atau menyampaikan. Pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator dan komunikan merupakan pesan-pesan yang mengandung informasi. Dengan kata lain, informasi itu sendiri merupakan pesan komunikasi.
- d. Diskominfo atau singkatan dari Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan salah satu bagian dalam struktur kepengurusan dalam sebuah organisasi pemerintah. Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki fungsi salah satunya sebagai pengelola produksi informasi dan publikasi serta pengembangan komunikasi publik. Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan media pemerintah dalam hal menyampaikan informasi kepada masyarakat

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana proses Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai

b. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, kegunaan penelitian adalah;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sebagai sumber referensi mengenai pemanfaatan media sosial Instagram yang merupakan salah satu bentuk dari perkembangan *new media*, terutama sebagai sarana informasi.
2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini terarah, maka perlu ditentukan sistematika penulisan, pengamatan, pelaporan dan analisis serta kesimpulan hasil penelitian. Berikut dipaparkan sistematika penulisan penelitian:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah dan Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisikan tentang, Kajian Teori, Kajian Terdahulu dan Kerangka Pikir

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang, Jenis Dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisa Data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang "Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominformasi.dumai Sebagai Media Informasi Kota Dumai?."

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan bagian penelitian yang menjadi perbandingan, bahan acuan dan tolak ukur peneliti dalam melakukan penelitian. Berikut beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai?”.

- a. Jurnal oleh Angestika Wilandari, Moehammad Shadiq Helmy, Vicky Windasari (2021) yang berjudul “Edukasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Personal *Branding* Di Kalangan Milenial Pada Panti Asuhan Ar-Ridho Depok”, dimana penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman, penyuluhan kepada remaja panti asuhan Ar-Ridho tentang edukasi pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana personal *branding*. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu pemaparan, tutorial dan diskusi. Hasil yang didapatkan yaitu Personal branding dapat dilakukan siapa saja dengan fitur-fitur yang tersedia di instagram untuk membangun citra dengan afirmasi positif. Pada Panti Asuhan Ar-Ridho penggunaan instagram hendaknya aktif, kreatif dan positif dalam penggunaannya. Jika ketiga hal ini sudah diterapkan maka akan menghasilkan sesuatu yang produktif. Produktif bisa berarti dalam segi produktif menghasilkan konten dan juga produktif dalam menghasilkan uang. Pada panti asuhan Ar-Ridho tentu saja menghasilkan uang yang pada akhirnya dapat menjembatani para donatur apabila berinisiatif memberikan bantuan dserta partisipasi dalam bentuk apa saja kepada anak-anak panti asuhan Ar-Ridho. Dalam penggunaannya sosial media dapat menimbulkan dampak positif ataupun dampak negatif. Penciptaan personal *branding* dapat memanfaatkan konsep *appearance of profile, manner of profile*, serta *front stage* dan *back stage*.⁶
- b. Jurnal oleh Chyntia Novy Girsang (2020) yang berjudul “Pemanfaatan *Micro-Influencer* pada Media Sosial sebagai Strategi *Public Relations* di Era *Digital*”, penelitian bertujuan untuk menyajikan gambaran atas bagaimana pemanfaatan *influencer* melalui media sosial, khususnya Instagram, pengemasan pesan atau konten oleh *influencer*, dan sejauh

⁶ Angestika Wilandari, Moehammad Shadiq Helmy, Dan Vicky Windasari, “Edukasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Personal Branding Di Kalangan Milenial Pada Panti Asuhan Ar-Ridho Depok” 1, No. 2 (2021): 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mana dampaknya sebagai salah satu strategi *public relations* di era *digital*. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan sifat penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *micro-influencer* dilihat efektif dan telah berdampak dalam mempengaruhi pengikut mereka di media sosial. Personalisasi, *engagement* (keterlibatan) dan hubungan autentik antara *micro-influencer* dan pengikutnya menjadi faktor dalam membangun kepercayaan yang membawa pengaruh atas pesan-pesan yang disampaikan oleh para *micro-influencer*. Pemanfaatan *micro-influencer* dapat menjadi strategi yang efektif bagi perusahaan atau brand selama mereka dapat mengidentifikasi persona influencer yang sesuai dengan target pesan perusahaan. Media sosial yang memiliki jangkauan dan efek jejaring yang lebih luas merupakan kelebihan tersendiri untuk bekerja sama dengan *micro-influencer* yang aktif di media sosial, khususnya Instagram. Di samping itu, fitur *analytic* yang dimiliki merupakan keuntungan bagi perusahaan untuk mengevaluasi strategi mereka secara lebih terukur dalam pemanfaatan *micro-influencer* di media sosial.⁷

- c. Jurnal oleh Verisha Erina Maharani dan Amalia Djuwita (2020) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang”. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian menemukan bahwa pemanfaatan instagram Pemerintah Kota Semarang sudah cukup baik dan dinilai berhasil, meski dalam prosesnya mendapatkan kritik dan saran dari masyarakat demi membangun pemerintah Kota Semarang yang lebih maju kedepannya. Pemerintah Kota Semarang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi publik secara baik dan benar. Pemerintah kota Semarang, sudah melaksanakan 4 kriteria tersebut. Kesegeraan digambarkan dengan ketepatan dalam melakukan unggahan dari setiap kontennya, sesuai dengan permasalahan yang sedang ramai menjadi perbincangan atau kegelisahan masyarakat, pemerintah menunggu informasi yang sesuai, seperti unggahan mengenai *Covid-19* sejalan dengan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemanfaatan instagram yang dilakukan oleh pemerintah Kota Semarang dalam penyebaran informasi memiliki

⁷ Chyntia Novy Girsang, “Pemanfaatan Micro-Influencer Pada Media Sosial Sebagai Strategi Public Relations Di Era Digital,” *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, No. 2 (22 Desember 2020): 206–25, <https://doi.org/10.31937/Ultimacomm.V12i2.1299>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa kriteria yaitu kesegeraan, variasi bahasa, keragaman isyarat, sumber personal.⁸

- d. Jurnal oleh Hasan Sazali dan Ainun Sukriah (2021) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan”. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana Humas SMAU CT Arsa Foundation dalam meningkatkan citra lembaga melalui media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian yang dilakukan menemukan bahwa pemanfaatan media sosial yang dilakukan Humas SMAU CT Arsa Foundation dalam meningkatkan citra lembaga yaitu dengan mempublikasi kegiatan dan prestasi siswa di instagram serta membangun hubungan dengan warga sekitar sebagai strategi membangun *good image*. Saat ini juga instagram sebagai media terfavorit dan memiliki peluang yang sangat bagus dalam membentuk citra sekolah ini dimata publik. Dan juga media sosial instagram sedang digandrungi oleh sebagian besar masyarakat, baik itu anak muda maupun tua. Hal ini yang mendasari humas SMAU CT Foundation memilih menggunakan media sosial instagram sebagai media informasi dan publikasi dalam meningkatkan citra lembaganya. Selain promosi online, humas juga melakukan promosi offline dengan cara mengundang masyarakat sekitar untuk datang ke sekolah dengan mengadakan beberapa kegiatan diantaranya bazar kewirausahaan, seminar gratis, penyuluhan kewirausahaan gratis dan lain sebagainya.⁹
- e. Jurnal oleh Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit (2020) yang berjudul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi *Parenting*”. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah kualitatif pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipan, yaitu peneliti ikut menjadi bagian objek agar hasil lebih akurat. Hasil penelitian yang ditemukan media sosial Instagram para ibu muda yang tergabung sebagai follower akun Instagram @parentalk.id dapat dengan mudah berkomunikasi bertukar informasi dan pengalaman mereka dalam

⁸ Verisha Erina Maharani, Amalia Djuwita, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang”, *e-Proceeding of Management* : Vol.7, No.2 Agustus 2020

⁹ Hasan Sazali Dan Ainun Sukriah, “Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, No. 2 (2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hal parenting. Terdapat respon kognitif (informasi), afektif (emosi) dan behavioural (tindakan) dalam mengakses, melihat, dan mencari postingan akun instagram @parentalk.id. Informasi edukasi parenting yang diposting melalui akun @parentalk.id berupa photo, video atau interaktif talk memiliki respons positif dari para followers yang merupakan ibu muda. Kehadiran akun Instagram @parentalk.id menjadi media rujukan dalam pemenuhan kebutuhan informasi mengenai parenting bagi para ibu muda. Respon behavioral tersebut juga terlihat dengan adanya perubahan sikap followers dalam mengasuh anak-anak mereka sesuai dengan pengetahuan yang mereka dapatkan berupa informasi parenting.¹⁰

- f. Jurnal oleh Shintadevy Maryolein, Nadya Dwina Hapsari, Rani Chandra Oktaviani (2019) yang berjudul “Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun *Brand Awareness* Jakarta Aquarium”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pemanfaatan instagram sebagai media publikasi Jakarta Aquarium dalam membangun *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data wawancara terstruktur, studi literatur dan tinjauan instagram Jakarta Aquarium. Hasil penelitian menemukan bahwa instagram dimanfaatkan dengan memaksimal platform instagram sebagai media publikasi, konsisten dalam mengatur feed dan konten dalam membangun *brand awareness*. Dengan memanfaatkan instagram, Jakarta Aquarium mendapat kemudahan dalam memberikan informasi, termasuk dalam kegiatan promosi. Komunikasi yang terjalin sudah dua arah antara Jakarta Aquarium dengan pengguna Instagram lainnya sehingga informasi yang telah disampaikan oleh Jakarta Aquarium dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat dan menyebabkan Jakarta Aquarium mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat. Instagram Jakarta Aquarium telah memanfaatkan kolom biodata secara maksimal, dan *live* Instagram dinilai cukup berhasil untuk memberikan informasi dan edukasi seputar Jakarta Aquarium. Instagram Jakarta Aquarium dinilai sudah cukup baik, sehingga segala informasi yang disampaikan oleh Jakarta Aquarium dapat dipercayai oleh masyarakat, dan dengan dukungan kerja sama dari pihak-pihak seperti WWF, NGO, *Public Figure*, dan *Influencer* yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas.¹¹

¹⁰ Dian Nurvita Sari Dan Abdul Basit, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting,” *Jurnal Komunikasi* 3, No. 1 (2020).

¹¹ Shintadevy Maryolein, Nadya Dwina Hapsari, Dan Rani Chandra Oktaviani, “Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium,” *Avant Garde* 7, No. 1 (30 Juni 2019): 19, <https://doi.org/10.36080/Avg.V7i1.849>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. Jurnal oleh Septia Ningsih, Fitria Yuliani dan Eceh Trisna Ayuh (2022) berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa”. Tujuan penelitian yaitu untuk melihat bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* akun @mahasiswaakhir.id sebagai media literasi informasi pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @mahasiswaakhir.id sebagai media literasi informasi dengan memberikan konten tips, tutorial dan motivasi untuk mahasiswa. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial dimanfaatkan dalam penyebaran informasi dengan baik. Informasi yang dibagikan oleh akun @Mahasiswaakhir.id ditampilkan dalam bentuk video tips atau tutorial agar dapat memudahkan followers untuk memahami dan menerapkannya secara langsung. Informasi yang di *share* di *instagram* banyak membahas mengenai *microsoft word*, *exceldan* mengenai sumber-sumber jurnal. Postingan yang dibagikan oleh akun *instagram* @Mahasiswaakhir.id banyak membahas *MicrosoftWord*, *Excel* dan sumber jurnal. Hal tersebut sangat dibutuhkan oleh followers khususnya para mahasiswa yang sedang mencari informasi dalam hal pembuatan tugas. Akun @Mahasisiwaakhir.id memiliki followers yang banyak dan cukup meningkat, dikatakan bahwa pada tahun 2021 jumlah followers yaitu 81,5 Ribu *followers* serta postingan sebanyak 1.713 sedangkan pada tahun 2022 followers @Mahasiswaakhir.id meningkat menjadi 101 Ribu dan postingan sebanyak 1.846. Dengan adanya kenaikan jumlah *followers* dan postingan tentunya sangat berpengaruh terhadap @Mahasisiwaakhir.id, menjadikan akun @Mahasisiwaakhir.id untuk lebih bersemangat dalam hal memberikan informasi yang bermanfaat dan sesuai kebutuhan followers.¹²
- h. Jurnal oleh Diah Melati Adzani dan Jumino (2020) yang berjudul “Pemanfaatan Podcast dan Instagram Oleh Komunitas Literatif Sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan”. Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan podcast dan *instagram* oleh Komunitas Literatif sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif

¹² Septia Ningsih, Fitria Yuliani, Dan Eceh Trisna Ayuh, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa,” *Journal Of Public Policy And Administration Silampari* 4, No. 1 (2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data observasi non partisipan dan wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian menemukan bahwa Komunitas Literatif berperan sebagai komunikator dalam menyebarkan informasi bidang perpustakaan dengan menetapkan sasaran yaitu masyarakat umum dan orang yang berkecimpung pada bidang perpustakaan. Komunitas Literatif juga melakukan penyusunan pesan dan pemilihan media yaitu podcast dan instagram. Pemilihan podcast yaitu sebagai inovasi, pocast pertama yang membahas seputar perpustakaan. Sedangkan pemilihan instagram karena merupakan media populer masyarakat. Podcast dan Instagram yang dimanfaatkan oleh Komunitas Literatif untuk menyebarkan informasi juga dimanfaatkan oleh pengikut dari Instagram Komunitas Literatif dan juga pendengar Podcast Komunitas Literatif untuk memperoleh informasi. Pengikut Instagram dari Komunitas Literatif yang bernama RS menyatakan bahwa alasan mengikuti Instagram dari Komunitas Literatif adalah karena sesuai dengan keilmuannya dan konten dari Komunitas Literatif merupakan konten yang baru ditemui. Pengikut Instagram dari Komunitas Literatif menyatakan bahwa alasan mereka mengikuti Instagram Komunitas Literatif karena sesuai dengan keilmuan mereka. Kendala yang dihadapi seperti terbentur dengan waktu karena memerlukan riset yang lebih lama, pemilihan konten, dan merangkum informasi untuk disampaikan kepada pendengar.¹³

- i. Jurnal oleh Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni (2019) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui promosi apa yang dilakukan oleh *Happy Go Lucky House* dalam akun media sosial instagram dan faktor-faktor apa yang membuat akun instagram *Happy Go Lucky House* aktif sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa kegiatan promosi instagram yang dilakukan *Happy Go Lucky House* berupa *ads* instagram, unggahan testimony, upload konten yang penuh warna agar menunjukkan ciri khas ceria dan penuh warna. Melalui konten tersebut terkandung pesan dengan unsur informasional dan emosional. *Happy Go Lucky House* ingin dikenal sebagai pelaku bisnis dengan karakter yang ceria dan penuh warna. Karakter tersebut didukung

¹³ Diah Melati Adzani Dan Jumino, “Pemanfaatan Podcast Dan Instagram Oleh Komunitas Literatif Sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan,” *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi* 4, No. 3 (22 November 2020): 327–42, <https://doi.org/10.14710/Anuva.4.3.327-342>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh konten yang selalu menggunakan background foto warna-warni, properti menarik dan juga kalimat positif yang selalu dicantumkan pada setiap unggahan.¹⁴

2.2 Landasan Teori

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan secara teoritis dalam penelitian. Landasan teori berupa teori-teori yang bersifat mendukung penelitian dan mempermudah penulis dalam mengkaji penelitian.

2.2.1 Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata awal yaitu manfaat yang berarti “guna” atau “faedah”. Pemanfaatan juga dapat disebut sebagai suatu kegiatan, proses, cara dan perbuatan untuk menjadikan sesuatu agar memiliki daya guna dan memberikan keuntungan oleh orang yang melakukannya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pemanfaatan dalam penelitian ini ialah “pemanfaatan media sosial instagram”, maksudnya ialah bagaimana Instagram dapat berguna dan dimanfaatkan sesuai dengan tujuan pengguna, yaitu Dinas Kominfo kota Dumai yang memanfaatkan instagram sebagai sarana penyebaran informasi.

2.2.2 Media Baru (*New Media*)

Media baru merupakan istilah yang mengacu kepada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Hadirnya media baru berbasis internet menggeser media-media massa pada abad ke 20 seperti surat kabar, radio maupun televisi yang kini disebut sebagai media konvensional. Media baru atau *new media* merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi dalam teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung jaringan. Adapun pengertian secara sederhana, *new media* terdiri dari kata *new* dan *media*. Kata *new* artinya baru, sedangkan kata *media* artinya perantara, jadi *new media* memiliki artian sederhana sarana perantara yang baru. Maksud dari kata baru dalam *new media* dapat dinilai dari segi waktu, manfaat, produksi dan distribusi. Pengertian *new media* secara umum masih sangat luas dan banyak perdebatan, namun dari banyaknya pendapat memiliki kemiripan yaitu *new media* memiliki ciri antara lain bersifat interaktif, tidak terbatas wilayah, dan masuk ke era digital. Beberapa contoh media baru seperti *websites* dan *blog*, media sosial, video dan radio online dan *email marketing*.¹⁵

¹⁴ Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI,” *Jurnal Common* 3, no. 1 (7 Agustus 2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.

¹⁵ Andi Fachruddin, *Journalism Today* (Jakarta: Kencana, 2019), Hal 39.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Media baru menurut McQuail dalam bukunya menjelaskan media yang memiliki ciri utama seperti adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Terdapat perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya melalui hubungan kewilayahan dan modernitas, menyebar kontak global secara instan, dan memasukkan informan ke dalam jaringan.¹⁶

Menurut Roger Fidler dalam bukunya yang berjudul “Mediamorfosis”, definisi *new media* ialah perubahan media lama yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian proses yang disebut dengan *mediamorphosis*. Dimana *new media* merupakan transformasi media konvensional ke media online atau media daring yang dapat mempermudah khalayak dalam mencari informasi secara cepat, real time, bersifat mobile. *New media* dapat membuat khalayak memanfaatkan teknologi internet untuk mengakses informasi dari manapun dan kapanpun secara cuma-cuma¹⁷.

Definisi mengenai *new media* atau media baru oleh para ahli cukup beragam, menurut Lievrouw dan S. Livingstone menjelaskan media baru adalah penggabungan teknologi informasi komunikasi beserta konteks sosial dan membawanya bersama tiga buah elemen yaitu alat-alat dan artefak komunikasi; kegiatan, praktis, dan penggunaan, serta organisasi sosial yang terbentuk antara alat dan praktis. Kemudian Abu Hassan Hasbullah menjelaskan media baru seperti “kepercayaan baru” yang melintasi semua batas politik, ekonomi, dan agama yang dipeluk oleh hampir seluruh orang di dunia. Media baru memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda karena mereka paham IT (*internet teknologi*) dan memiliki dorongan untuk tahu.¹⁸

a. Karakteristik Media Baru (*New Media*)

Berdasarkan luasnya definisi media baru, maka karakteristik media baru juga terdapat beberapa pendapat sesuai ahli yang mendefinisikannya. Media baru merupakan bagian dari salah satu tipologi media yang dapat dimasukkan dalam model komunikasi terbaru atau modern bagi manusia. Perbedaan juga dapat

¹⁶ Fatty Faiqah, Muh Nadjib, Dan Andi Subhan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram” 5 (2016): 14.

¹⁷ Sihabudin, Ahmad. 2017. *Mediamorphosis Pers di Era Digital*

¹⁸ Asrul Huda Dan Noper Ardi, *Teknik Multimedia Dan Animasi* (Padang: Unp Press, 2021), Hal 413.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilihat antara media lama dan media baru, dimana media baru memiliki karakter digital sehingga biaya produksi lebih kecil dan tentunya lebih efisien. Secara structural, karakteristik media baru yaitu integrasi telekomunikasi, dimana hal tersebut sebagai fenomena dari proses konvergensi. Dalam hal ini juga dapat dilihat terdapat perbedaan media baru dengan media konvensional yaitu pada isi, fungsi, institusi serta akses oleh publik.¹⁹

Menurut Logan dalam bukunya, media baru sangat mudah diproduksi, disimpan, diedit, didownload, dan ditautkan. Beberapa karakteristik media baru antara lain;

- 1) Digitalisasi, yaitu akses informasi dapat diakses tanpa batas waktu dan wilayah karena segalanya memanfaatkan teknologi digital.
- 2) Konvergensi, yaitu penggabungan media yang berbeda dengan menjalankan fungsi media tersebut secara bersamaan.
- 3) Interaktif, yaitu terjadi proses komunikasi bersifat timbal balik dari berbagai *platform* media.
- 4) Virtual, yaitu kemudahan pengguna *platform* media karena bersifat virtual artinya tampak seperti nyata.
- 5) Hipertekstual, yaitu terdapat keterkaitan antara informasi yang dimuat dalam konten satu dengan lainnya. Setiap konten memiliki link akses sebagai pintu masuk dan keluar.²⁰

Dari segi teknis, media baru atau *new media* menggunakan teknologi yang lebih canggih, dari segi komunikasi teknologi tersebut menciptakan fungsi-fungsi baru dalam pengiriman pesan yang tidak ditemui dalam media konvensional. Pembaruan tersebut memiliki dampak pada tipe penggunaannya, jika media konvensional dapat menyentuh hampir semua lapisan masyarakat, namun media baru masih terbatas pada kalangan tertentu.

Penggunaan media baru berasal dari kalangan menengah atas dari segi penghasilan dan tingkat pendidikan. Biasanya pengguna tersebut memiliki kisaran usia produktif dan dewasa. Namun pada kenyataannya, pengguna aktif media baru tidak melainkan pada kaum muda.

b. Fungsi Media Baru (*New Media*)

Karakteristik media baru yang cepat dan interaktif dalam distribusi informasi menyebabkan penyebaran informasi yang lebih cepat. Penyebaran informasi media baru terdapat bentuk pesan berupa audio, video dan audio visual.

¹⁹ Anang Sujoko, Muhtar Haboddin, dan La Ode Machdani Afala, *Media Dinamika Demokrasi* (Jakarta: Kencana, 2020), hal 60.

²⁰ Athik Hidayatul Ummah, *Manajemen Industri Media Massa* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), Hal 83.

Nuswantoro menyebutkan bahwa kehadiran internet memiliki dampak yang positif dikarenakan adanya keterbukaan informasi sehingga lebih dapat diakses.²¹

Berdasarkan penjelasan McQuail dalam bukunya, bahwa media baru terbentuk dari dua aspek utama yaitu konvergensi dan digitalisasi. Berikut beberapa manfaat media baru antara lain;

- 1) Pertukaran arus informasi yang cepat
- 2) Akses yang mudah mengenai informasi baru maupun lama
- 3) Menyediakan fasilitas transaksi melalui digital
- 4) Potensi mengembangkan hiburan berbasis teknologi digital
- 5) Menghemat biaya dalam melakukan komunikasi
- 6) Memudahkan proses komunikasi
- 7) Pengembangan media pendidikan²²

2.2.3 Media Sosial

Media sosial adalah media yang berisikan konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang mudah diakses dan terukur. Hal terpenting dari teknologi ini adalah mengubah cara orang mengetahui, membaca, dan berbagi berita serta menemukan informasi dan konten. Alat informasi yang semakin canggih telah memudahkan masyarakat awam untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Instagram merupakan media sosial yang termasuk dalam kategori SNS yang dapat dengan mudah diakses dan disebarluaskan informasinya. Media sosial mendorong semua orang untuk berkontribusi dan memberikan umpan balik. Layanan media sosial menerima umpan balik dan partisipasi serta memfasilitasi pemungutan suara, komentar, dan komunikasi.²³

Media sosial berbasis internet sebagai media komunikasi berkembang semakin pesat yang dapat diakses melalui telephone seluler yang dikenal dengan istilah telepon cerdas atau *smartphone*. Media sosial digunakan oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, muda maupun tua, dengan alasan yaitu kemudahan yang diberikan oleh media sosial tersebut yaitu menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat tanpa memilih siapa dan dimana pengirim dan penerimanya. Media sosial berperan aktif dan menjadi sebuah alternatif sebagai fasilitator *online* yang dapat menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus ikatan sosial dan memungkinkan pengguna dapat

²¹ Sujoko, Haboddin, dan Afala, *Media Dinamika Demokrasi*, hal 56.

²² Ivonne Ayesha Dkk., *Digital Marketing* (Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022), Hal 37.

²³ Witanti Prihatiningsih, "MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA," *Communication* 8, no. 1 (1 April 2017): 51, <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merepresentasikan dirinya dan berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan khalayak ramai dalam bentuk ikatan sosial secara virtual.²⁴

Definisi media sosial sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller dalam bukunya yaitu media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara dan video informasi dengan orang lain. Kemudian menurut Taprial dan Kanwar yaitu media yang digunakan oleh seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain sebagainya dengan orang lain. Definisi media sosial juga dijelaskan menurut Kaplan dan Heinlein yaitu sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari Web 2.0 yang merupakan *platform* dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content*.²⁵

a. Jenis-Jenis Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi dengan orang lain. Internet telah menjadi dunia digital baru yang menciptakan ruang budaya. Hal ini semakin diperparah dengan hadirnya media sosial. Adanya internet dan media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mendapatkan informasi dan hiburan dari seluruh dunia, tanpa memandang jarak dan waktu. Media sosial adalah media di Internet yang memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengekspresikan diri, tetapi berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan secara virtual membentuk ikatan sosial dengan orang lain.²⁶

Media sosial hingga saat ini berjumlah sangat banyak dan terus bermunculan, namun media sosial yang umum dan populer oleh masyarakat antara lain seperti Instagram, Facebook, Twitter, Telegram dan sebagainya. Dari beberapa contoh dan bentuk media sosial tersebut, terdapat beberapa jenis media sosial yaitu antara lain;

- 1) Media jejaring sosial (*social networking*), merupakan medium yang paling populer, digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi dan dampak dari hubungan tersebut. Setiap pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan kepada pengguna

²⁴ Rahmanita Ginting, Agus Yulistiono, Dan Abdul Rauf, Dkk, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Cirebon: Penerbit Insania, 2021), Hal 20.

²⁵ Erwin Jusuf Thaib, *Problematisa Dakwah Di Media Sosial* (Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021), Hal 9.

²⁶ Bulan Cahya Sakti dan Much Yulianto, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja" 6, no. 4 (2018).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sudah diketahui atau baru dikenal. Contoh *social networking* seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dan lainnya.

- 2) Jurnal online (*blog*), yaitu media sosial untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling berkomentar dan berbagi baik tautan atau web lain, informasi dan sebagainya. Contoh *blog* seperti *wordpress* dan *blogspot*.
- 3) Jurnal online sederhana (*microblogging*), tidak berbeda dari *blog*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan publikasi aktifitas atau pendapatnya. Contoh *microblogging* seperti Twitter.
- 4) Media berbagi (*media sharing*), merupakan jenis media sosial untuk berbagi dokumen berupa file, gambar, video, audio dan lainnya. Contoh media *sharing* seperti Youtube.
- 5) Penanda sosial (*social bookmarking*), merupakan media sosial untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita secara online. *Social bookmarking* yang paling populer seperti *delicious.com*.
- 6) Media konten bersama atau wiki, merupakan situs yang memuat hasil kolaborasi para pengguna seperti halnya kamus atau ensiklopedi mengenai rujukan buku atau tautan mengenai satu kata.²⁷

b. Karakteristik Media Sosial

Dengan adanya teknologi ini, jarak tentunya bukan lagi menjadi kendala, tidak seperti cara-cara tradisional yang sangat kompleks dan mahal untuk dipasarkan. Tidak ada batasan geografis dalam metode pemasaran yang memanfaatkan media teknis. Sejak munculnya teknologi ini, berbagai cara baru untuk memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa telah bermunculan, seperti penggunaan media sosial. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang memanfaatkan ideologi dan teknologi Web 2.0 untuk memungkinkan pengguna membuat atau berbagi informasi melalui aplikasi ini. Media sosial memberi orang kekuatan untuk menyebarkan informasi. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, dll.²⁸

Terdapat perbedaan antara media sosial dengan media lainnya yang dapat dipahami melalui beberapa karakteristik dari media sosial tersebut, antara lain;

²⁷ Ginting, Yulistiono, Dan Abdul Rauf, Dkk, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*, Hal 24.

²⁸ Asrindah Nasution, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Bisnis Corporate* 6, no. 1 (30 September 2021): 11–18, <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) *Network* atau jaringan, merupakan komponen penghubung antara komputer dengan perangkat keras lainnya dalam perpindahan data.
- 2) *Information* atau informasi, merupakan hal penting pada media sosial dalam merepresentasi identitasnya, produksi konten, dan berinteraksi.
- 3) *Archive* atau arsip, yaitu menyimpan informasi yang telah diakses.
- 4) *Interactivity* atau interaksi, yaitu membentuk jaringan antara sesama pengguna.
- 5) *Simulation* atau simulasi, sebagai karakter dari media sosial itu sendiri, dimana terdapat keunikan dan pola berbeda dengan dunia sungguhan.
- 6) *Content user* atau konten pengguna, sebagai kontribusi pemilik akun dalam media sosial tersebut dalam berpartisipasi.²⁹

c. Pengelolaan Media Sosial

Manajemen juga sering disebut manajemen atau manajemen, adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengendalian. Unsur-unsur yang terlibat dalam manajemen ini karena itu terdiri dari perencanaan, organisasi, manajemen, koordinasi dan kontrol. Manajemen media massa dengan demikian dapat diartikan sebagai pengelolaan atau proses perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan suatu perusahaan media dalam menyajikan informasi dan berita secara umum. Media massa, seperti pesan dan sinyal verbal, telah menjadi bagian integral dari komunikasi manusia. Pada hakekatnya, medium adalah perpanjangan lidah dan tangan yang membantu meningkatkan kemampuan seseorang untuk mengembangkan struktur sosial. Namun banyak orang yang tidak menyadari hubungan mendasar antara manusia dan media. Misalnya, banyak intelektual melihat media hanya sebagai produk sampingan dari kemajuan teknologi, sering dimanfaatkan oleh agitator dan penipu. Pandangan ini juga ada benarnya, tetapi mengabaikan hubungan objektif antara media massa dan masyarakat, dan benar-benar tidak ada hubungannya dengan kepentingan komunikator.³⁰

Dalam pengelolaan media sosial, Chris Heuer sebagai pendiri *Social Media Club* mengemukakan konsep yang disebut sebagai 4C, yaitu antara lain;

- 1) *Context* “*How we frame our stories,*” maksudnya konteks bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi) seperti bentuk pesan, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut.

²⁹ Rahmanita Ginting Dkk., *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial; Saring Sebelum Sharing* (Cirebon: Insania, 2021), Hal 22.

³⁰ Agus Muhammad Nadin dan Gunawan Ikhtiono, “MANAJEMEN MEDIA MASSA MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE,” t.t.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) *Communications* “The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing,” maksudnya komunikasi bagaimana cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon dan pengemasan pesan.
- 3) *Collaboration* “Working together to make things better and more efficient and effective,” maksudnya adalah kolaborasi bagaimana kerja sama untuk menciptakan sesuatu agar lebih efisien dan efektif.
- 4) *Connections* “The relationships we forge and maintain,” maksudnya koneksi adalah pemeliharaan hubungan yang sudah terbentuk dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga lebih dekat dengan pengguna media sosial lain.³¹

2.2.4 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video, dimana penggunanya bisa mengambil foto serta video kemudian dibagikan ke berbagai media sosial termasuk dilaman instagram. Pengguna instagram dapat membagikan kegiatan yang dilakukan atau kegemaran mereka melalui foto dan video berdurasi maksimal 60 detik. Instagram didirikan tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pengertian instagram secara sederhana berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi tersebut, yaitu kata “insta” berasal dari kata “instan” serupa kamera *polaroid* yang terkenal dapat menghasilkan foto instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yaitu pengiriman informasi kepada oranglain dengan cepat.³²

Sebelum membuat Instagram, Systrom terlebih dahulu membuat aplikasi bernama Burbn yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan catatan. Kebetulan, Krieger adalah pengguna setia Burbn. Akhirnya, Systrom dan Krieger mengubah Burbn miliknya menjadi aplikasi yang hanya memungkinkan Anda untuk berbagi foto. Nama Burbn diubah menjadi Instagram-nya. Pengguna Instagram dapat mengunggah dan membagikan foto dan video menggunakan hashtag (#) sehingga orang lain dapat mengetahui hasil postingannya. Sebenarnya, inilah ide orisinal yang menciptakan Instagram. Instagram kini menjadi salah satu media sosial miliknya yang digunakan oleh lebih dari 1 miliar orang di dunia. Studi menunjukkan bahwa orang menggunakan Instagram karena mereka ingin tahu apa yang dilakukan orang lain. Selain itu, orang menggunakan aplikasi ini untuk merekam kehidupan mereka. Beberapa orang menggunakannya untuk

³¹ Syafira Putri Kinanti Dan Berlian Primadani Satria Putri, “Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic,” Jurnal Komunikasi 9, No. 1 (9 Agustus 2017): 53, <https://doi.org/10.24912/Jk.V9i1.164>.

³² Adelia Septiani Restanti Tania, Dkk, *Media Sosial Identitas, Transformasi Dan Tantangannya* (Intrans Publishing Group, 2020), Hal 87.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terlihat keren. Lagi pula, orang menggunakan Instagram karena mereka tertarik dengan pengguna lain yang sangat kreatif.³³

Instagram memiliki menu utama, seperti yang telah diungkapkan oleh Atmoko dalam bukunya yaitu antara lain;

- 1) *Home page* atau halaman utama, berisikan foto dan video terbaru yang diunggah oleh semua pengguna yang diikuti.
- 2) *Comments* atau kolom komentar, yaitu tempat memberi komentar, tanggapan dan lainnya dari foto atau video yang telah diunggah.
- 3) *Explore*, merupakan tampilan dari foto-foto populer para pengguna instagram.
- 4) *Profile*, halaman yang memuat detail informasi pengguna.
- 5) *News feed*, menampilkan pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas pengguna instagram.³⁴

Instagram sebagai media sosial yang banyak diminati oleh pengguna karena memiliki banyak fitur. Berikut beberapa fitur didalam aplikasi instagram antara lain;

- 1) *Followers*, yaitu fitur mengikuti akun bagi para pengguna untuk berinteraksi. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri bisa terjalin dengan saling memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. *Followers* menjadi salah satu unsur yang penting dalam Instagram, karena memberitahukan apakah akun tersebut populer atau tidak.
- 2) Mengunggah konten, merupakan fitur umum bagi media sosial untuk berbagi konten berupa foto dan video.
- 3) Efek dan *editing*, merupakan fitur untuk memperindah konten yang akan diunggah. Terdapat banyak macam efek dalam instagram, sedangkan *editing* terdapat *tools* untuk mengatur kecerahan, tingkat kontras dan sebagainya. Pada versi awalnya Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat menyunting foto. Efek tersebut terdiri dari X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, walden, Hafe, Apollo, poprocket, Nashville, gotham dan lord kelvin. Pada tanggal 20 september 2011, instagram telah menambahkan 4 buah foto efek terbaru, yaitu valencia,

³³ Muhammad Rizqi Arifuddin, "DARI FOTO DAN VIDEO KE TOKO: PERKEMBANGAN INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL" 3 (t.t.).

³⁴ Adelia Septiani Restanti Tania, Dkk, Hal 88.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

amaro, Rise, Hudson, dan menghapus 3 efek Apollo, poprocket, dan gotham.

- 4) Kamera, terdapat fitur pengambilan foto dan video dari instagram agar langsung dapat diunggah. Instagram memiliki keterbatasan ukuran pada foto yaitu dengan rasio 3:2.
- 5) Arroba (@), untuk menandai akun atau pengguna lain dalam berinteraksi. Seperti Facebook dan Twitter, Instagram juga memiliki fitur yang digunakan penggunanya untuk menandai pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menandai pengguna lainnya didalam foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Arroba dimaksudnya untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah ditandai tersebut.
- 6) Label foto atau *hashtag*, dapat dikatakan sebagai kata kunci untuk menemukan sesuatu yang dicari. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas Instagram. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam Instagram.
- 7) Tanda suka, untuk mengapresiasi dalam bentuk menyukai konten yang telah diunggah yang ditandai dengan lambang hati atau *love* berwarna merah. Banyak nya tanda suka pada akun pengguna menandakan bahwa akun tersebut terkenal atau disukai banyak orang atau tidak.
- 8) *Search* atau pencarian, kolom untuk mencari akun atau konten melalui *hashtag*.
- 9) *Direct message*, pengiriman pesan langsung kepada pengguna instagram lainnya.
- 10) *Instastories*, merupakan fitur umum untuk berbagi konten keseharian yang hanya ditayangkan dengan durasi 24 jam.³⁵

2.2.5 Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi berkaitan dengan proses komunikasi, karena dari banyaknya definisi mengenai komunikasi memiliki makna inti yaitu menceritakan atau menyampaikan. Pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator dan

³⁵ Irfan Ardiansyah Dan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing* (Bandung: Cv Cendekia Press, 2020), Hal 23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasikan merupakan pesan-pesan yang mengandung informasi. Dengan kata lain, informasi itu sendiri merupakan pesan komunikasi. Pesan-pesan tersebut dapat berwujud konkret maupun abstrak, konotatif atau denotatif, konvensional, transendental, langsung dan tidak langsung, bermedia atau tidak bermedia dan sebagainya. Dalam konteks lain, informasi memang bukan hanya sekadar pesan dalam sebuah proses komunikasi. Informasi dapat dimaknai sebagai komunikasi jika didalamnya maksudnya untuk pemberitahuan, pemberitaan atau berita. Penggunaan informasi dapat dibedakan dari beragam aspek, antara lain kepentingan pengguna dimaksud, latar belakang sosialnya, motivasi dan tujuan pengguna, terkait situasi dan kondisi, serta jenis, sifat, dan tingkatan pengguna informasi.³⁶

Dalam proses komunikasi, setiap elemen berkaitan dengan elemen lainnya. Elemen-elemen tersebut saling bergantung, tidak independen, dan saling menguatkan antar komponen lainnya. Berikut elemen-elemen komunikasi antara lain;

- 1) Komunikator, adalah pihak yang mengirimkan pesan.
- 2) Pesan, berbentuk ide, gagasan, dan abstrak realitas atau ekspektasi dan harapan.
- 3) Saluran, merupakan sarana atau media yang digunakan.
- 4) Komunikan, adalah pihak yang menerima pesan.
- 5) Gangguan, faktor yang menjadi penghambat komunikasi menjadi tidak efektif atau terganggu.
- 6) Umpan balik, berupa reaksi, respon atau tanggapan.
- 7) Efek, merupakan akibat yang timbul berupa perubahan emosi, pikiran atau perilaku.
- 8) Situasi, keadaan saat terjadinya komunikasi.
- 9) Selektivitas, filter atau alat saring dalam menyerap pesan seperti nilai budaya, mitos, prasangka dan lainnya.
- 10) Lingkungan, pihak lain yang ikut campur atau mengintervensi dalam proses komunikasi.³⁷

Berdasarkan elemen-elemen dalam komunikasi, maka dalam aplikasinya terdapat beberapa langkah dalam proses komunikasi yang dilakukan antara lain;

- 1) Langkah pertama, ide/gagasan diciptakan oleh sumber/komunikator.

³⁶ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan* (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2016), Hal 99.

³⁷ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu* (Jakarta: Kencana, 2018), Hal 40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Langkah kedua, ide diubah menjadi lambang komunikasi yang memiliki makna dan dapat dikirimkan.
- 3) Langkah ketiga, pesan yang telah di *encoding* kemudian dikirimkan melalui saluran/media.
- 4) Langkah keempat, penerima menafsirkan pesan sesuai dengan persepsinya.
- 5) Langkah kelima, setelah pesan diterima maka akan tercipta umpan balik.³⁸

Komunikasi merupakan salah satu faktor/penentu dan penggerak dibalik tujuan perusahaan yang sedang dan telah dilaksanakan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, setiap organisasi harus mampu mengatur semua proses kegiatan komunikasi sedemikian rupa sehingga hasil yang diharapkan lebih optimal. Strategi komunikasi diperlukan sesuai dengan tujuan komunikasi. Tujuan utama dari penggunaan strategi komunikasi adalah untuk menciptakan komunikasi efektif yang menciptakan efektifitas komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi menjadi semakin penting, terutama untuk mencapai tujuan organisasi.

Berikut beberapa langkah-langkah perumusan komunikasi yang efektif menurut Anwar arifin yaitu:³⁹

a. Mengenal khalayak

Langkah pertama komunikator untuk mencapai komunikasi yang efektif adalah mengenal komunikator atau audiens. Karena hubungan yang saling mempengaruhi antara komunikan dan komunikator, maka setiap orang harus memiliki tujuan yang sama, tidak hanya dalam proses komunikasi. Untuk itu, saat mengetahui audiens harus memperhatikan kondisi dan keadaan audiens target.

b. Menyusun pesan

Setelah mengenali kondisi dan situasi, maka langkah selanjutnya yaitu menyusun pesan yang sesuai dengan khalayak sebagai penerima pesan. Penyusunan pesan dapat dilakukan melalui menentukan materi dengan memperhatikan beberapa hal;

- 1) Pesan harus menggunakan bahasa atau istilah yang dimengerti oleh khalayak,
- 2) Menarik perhatian
- 3) Mengingat atau menyadarkan kebutuhan khalayak dan

³⁸ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: Medpress, 2009), Hal 8.

³⁹ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1994), hal 64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Memberi saran untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- c. Menetapkan metode

Setelah menyusun pesan, langkah selanjutnya yaitu menetapkan metode yang sesuai dalam menyampaikan pesan. Pemilihan metode dapat diklasifikasikan melalui dua bentuk, yaitu berdasarkan pelaksanaan dan berdasarkan isi pesan.

Berikut penetapan metode berdasarkan pelaksanaannya;

- 1) Metode *redundancy*; atau *repetition* yaitu metode pengulangan, dimana tujuannya agar komunikasi memperhatikan pesan dan tidak lupa akan pesan yang disampaikan.
- 2) Metode *canalizing*; yaitu memahami, mengerti dan mengetahui pengalaman serta pengetahuan komunikasi, kemudian komunikator memberi pesan bertahap agar komunikasi dapat diubah perlahan-lahan.

Sedangkan penetapan metode berdasarkan isi pesan dibagi menjadi empat yaitu;

- 1) Metode informatif; penyampaian pesan berdasarkan informasi yang fakta dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.
- 2) Metode persuasif; penyampaian pesan dengan cara membujuk.
- 3) Metode edukatif; berisikan pesan yang bersifat pernyataan umum berupa pendapat, fakta dan pengalaman. Perbedaan dengan metode informatif yaitu pada metode edukatif memakan waktu lebih lama.
- 4) Metode kursif; yaitu memberikan pesan dengan pemaksaan berupa peraturan, perintah, intimidasi bahkan ancaman hukuman.
- d. Memilih media

Pemilihan media dapat dilakukan dengan penggunaan yang dipilih maupun penggabungan pada beberapa media, yang disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan pengemasan pesan. Dikarenakan media-media yang ada memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, maka pemilihan media hanya dapat ditentukan oleh komunikator.⁴⁰

⁴⁰ Arifin, hal 64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Konsep Operasional

Dari landasan teori yang telah dipaparkan, penulis menganalisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kominfo.dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai menggunakan teori yang dikemukakan oleh Chris Heuer yaitu konsep pengelolaan media sosial. Teori dari Chris Heuer menjelaskan bahwa komponen 4C ini merupakan komponen yang harus ada dalam setiap pemanfaatan sosial media, tujuannya adalah untuk membuat sosial media tersebut mudah untuk digunakan serta dapat memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya. Teori pengelolaan sosial media Chris Heuer terdiri dari beberapa indikator yaitu :

- 1) **Context** atau konteks yaitu menjelaskan bagaimana sebuah pesan atau cerita terbentuk, menjadi sebuah informasi seperti makna dari sebuah pesan tersebut, dan bagaimana dalam penggunaan bahasa maupun isi dari pesan itu sendiri.⁴¹ Ruang lingkup konteks dalam penelitian ini yaitu mengenai kegiatan yang melatarbelakangi pemberian informasi melalui konten, tujuan pembuatan konten dan proses pembuatan konten, serta penyampaian pesan kepada khalayak dengan format tertentu agar dapat menciptakan konten sehingga penonton memahami pesan melalui konten yang disajikan melalui media sosial, yaitu instagram.
- 2) **Communications** atau komunikasi yaitu cara membagikan sebuah informasi yang terdiri dari cara mendengarkan, menjawab, maupun menumbuhkan pemahaman dengan cara mengembangkan pesan kepada khalayak.⁴² Ruang lingkup komunikasi dalam penelitian ini yaitu menyampaikan sebuah cerita atau informasi kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan pemahaman, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku agar sesuai dengan yang diharapkan. Dalam media sosial, komunikasi merupakan praktik pertukaran pesan berupa *sharing*, mendengarkan, merespon, pengembangan pesan pada khalayak dalam jarak dan waktu yang tidak dibatasi.
- 3) **Collaboration** atau kolaborasi yaitu adanya sebuah kerja sama antara suatu akun atau perusahaan dengan penggunaannya di sosial media untuk menciptakan hal baik agar lebih efektif dan efisien⁴³. Ruang lingkup kolaborasi dalam penelitian ini yaitu bekerja sama dengan menyatukan persepsi, saling berbagi pengalaman, pengetahuan dan kemampuan masing-masing untuk membuat sesuatu yang lebih efisien dan efektif.

⁴¹ Dayanara Simamora, "Aktivitas Promosi Rumah Makan Grill Bro di Media Sosial Instagram Pada akun @grillbro.id," Jurnal Ilmu Komunikasi 7, No. 4 (2019): 151,

⁴² Ibid, 152.

⁴³ Ibid, 152.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai-nilai kerja sama tersebut dapat berupa saling berproses, bermanfaat, memiliki tujuan yang sama dan kegiatan berbasis masyarakat.

- 4) **Connections** atau koneksi yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina antar perusahaan dengan konsumen. Dapat melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga konsumen yang memiliki akun social media merasa lebih dekat⁴⁴. Ruang lingkup koneksi dalam penelitian ini yaitu membangun hubungan bersifat berkelanjutan sehingga pengguna dan audiens merasa lebih dekat. Dalam sosial media, hubungan yang terbina antara pengguna dengan audiens karena merasa tertarik, *relate* dan memberi apresiasi dan jika melalui instagram yang ditandai dengan *follow*, *like*, *comment* dan *share*.

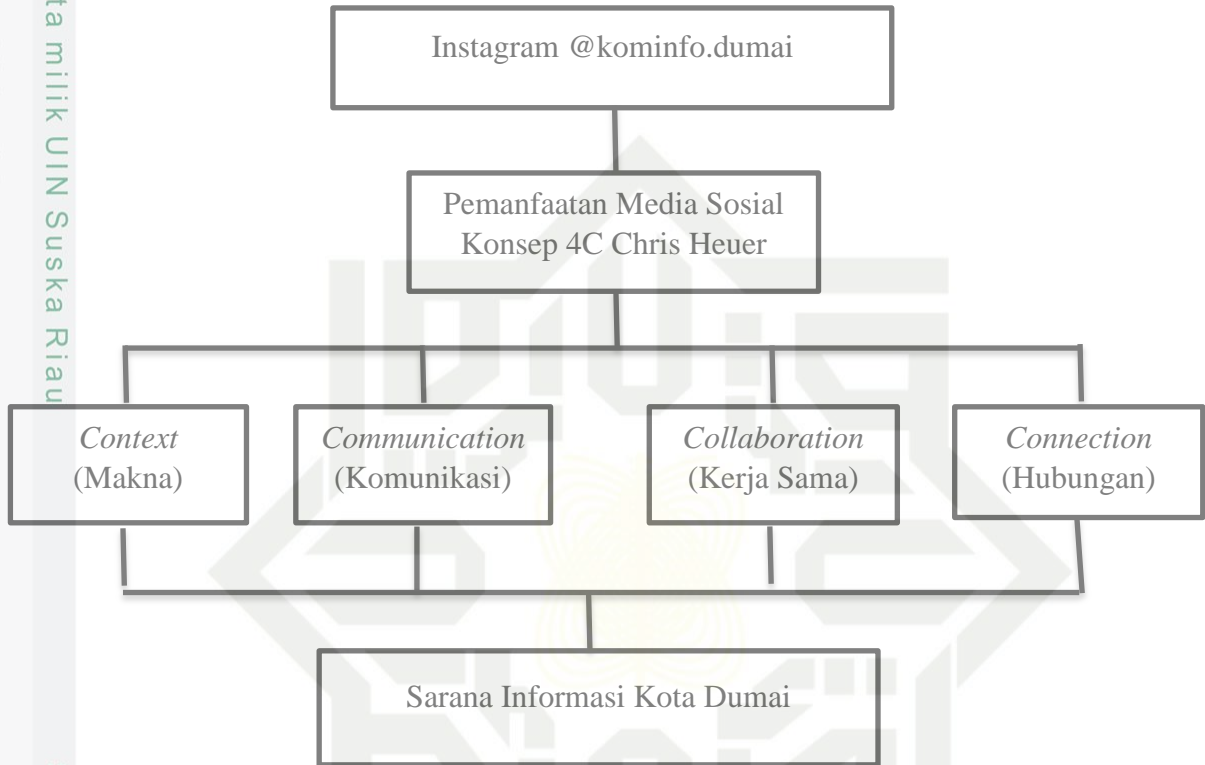
2.4 Kerangka Pikir

Dari kajian teori yang sudah dipaparkan, Diskominfo Dumai sebagai media penyebaran informasi memanfaatkan media sosial agar masyarakat di Kota Dumai dapat mengetahui informasi terbaru melalui media yang populer digunakan oleh masyarakat itu sendiri yaitu instagram. Diskominfo Dumai menyadari pentingnya keberadaan Instagram sebagai platform media sosial yang populer dan memanfaatkannya sebagai sarana informasi yang efektif. Dengan mengoptimalkan Instagram sebagai media informasi, Diskominfo Dumai dapat menyampaikan berbagai informasi yang berhubungan dengan kota Dumai dengan cepat dan mudah. Instagram @kominfo.dumai memiliki banyak pengikut di kota Dumai dan sekitarnya, membuatnya menjadi salah satu saluran komunikasi dan penyampaian informasi untuk program-program pemerintah kota Dumai, kegiatan-kegiatan masyarakat, serta berbagai informasi penting lainnya. Pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan akan dianalisis melalui teori Chris Heuer yaitu pengelolaan media sosial terdiri dari; konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi.

Berikut kerangka pikir yang penulis gunakan yang dapat dilihat melalui bagan 2.1 berikut :

⁴⁴ Ibid, 153.

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu proses aktif yang bertujuan untuk menemukan sesuatu secara cermat, sungguh-sungguh dalam mencari kebenaran dengan menggunakan langkah-langkah tertentu, keinginan untuk mengetahui sesuatu dengan seksama, timbul dari suatu masalah yang membutuhkan jawaban yang benar dan ada banyak alasan munculnya sebuah penelitian⁴⁵.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai pada masing-masing variable, baik satu variable atau lebih. Sifat penelitian ini independen, tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variable yang lain.⁴⁶

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu hal yang hasilnya diinterpretasikan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data yang otentik. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui hal-hal atau fenomena sosial apa yang terjadi. Penelitian ini dimungkinkan dengan memberikan paparan berupa gambaran yang jelas tentang suatu fenomena sosial.⁴⁷

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) yang beralamat di Jalan Teluk Binjai, Dumai Timur, Kota Dumai, Riau, 28826. Sedangkan untuk waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga Maret 2023.

3.3 Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang di perlukan dalam penelitian, data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun data langsung dari lokasi objek penelitian, atau keseluruhan data hasil penelitian yang diperoleh di lapangan. Data primer tidak dapat diperoleh melalui sumber perantara ataupun

⁴⁵ Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya", Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 15 No.1, Januari-Juni 2011, Hlm 128.

⁴⁶ I Made Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata* (Yogyakarta: Quadrant, 2020), Hlm 126.

⁴⁷ Ibid, Hlm 110.

pihak kedua dan seterusnya⁴⁸. Data primer dalam penelitian ini diperoleh penulis dari hasil observasi dan wawancara dengan Diskominfo Kota Dumai.

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah data atau sejumlah keterangan yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber perantara. Data ini diperoleh dengan cara mengutip dari sumber lain, sehingga tidak bersifat autentik atau asli, karena sudah diperoleh dari tangan kedua ketiga dan seterusnya⁴⁹. Data sekunder biasanya berbentuk dalam data laporan ataupun dokumentasi yang sudah tersedia dan diperoleh dengan cara membaca.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subyek penelitian yang memahami dan memberikan informasi yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Teknik pengambilan sampel atau sumber data yang dibutuhkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan memilih informan yang dianggap dapat membantu penulis untuk mengambil data yang diperlukan.⁵⁰

Pemilihan informan yang penulis tentukan dapat dilihat melalui **tabel 3. 1.** berikut:

Tabel 3. 1 Daftar Informan

NO	Nama Informan	Status
1.	Muhammad Herlambang	Admin Instagram akun @kominfo.dumai
2.	Muhammad Aidil Akbar, S.Ikom	Konten kreator dan editor akun Instagram @kominfo.dumai
3.	Andi Ardiatman	Follower akun Instagram @kominfo.dumai
4.	Santi B	Follower akun Instagram @kominfo.dumai
5.	Rafi Andya Caesar	Follower akun Instagram @kominfo.dumai

⁴⁸ Sayuti Una, Pedoman Penulisan Skripsi (Edisi Revisi), Cet Ke 2 (Jambi: Syariah Press Dan Fakultas Syariah Uin Sts Jambi, 2014), Hlm. 34

⁴⁹ Ibid, Hlm. 34.

⁵⁰ Endraswara, Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan Ideologi, Epistemologi, Dan Aplikasi, Hal 115.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian ini karena tujuan penelitian adalah untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data adalah metode yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data yang diperlukan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Menurut Ngalim Purwanto dalam Basrowi dan Suwandi Mengatakan, Observasi ialah metode atau cara-cara menganalisis dan melakukan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.⁵¹

Observasi adalah kegiatan pengamatan yang dilakukan dengan memperlengkapi indera manusia. Lebih khusus lagi, observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung suatu objek untuk melihat secara luas aktivitas yang dilakukan oleh objek tersebut. Kegiatan yang diamati meliputi interaksi atau perilaku dan percakapan yang terjadi antar subjek yang diteliti.⁵²

Observasi yang dilakukan peneliti adalah menekankan fokus dari permasalahan yaitu mendengarkan informasi dari Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika kota Dumai. Adapun alasan lain peneliti untuk menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi ini yaitu karena peneliti menghendaki suatu informasi lebih dari sekedar mengamatinya.

Kemudian peneliti melakukan pengamatan terhadap upaya yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Dumai sebagai media relations untuk perkembangan pemerintah Kota Dumai. Bentuk-bentuk kegiatan nya berupa pengabdian dokumen berupa berita, foto dan video yang di unggah dalam media sosial resmi atau web Kota Dumai. Peneliti menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian dan melalui objek penelitian.

b. Wawancara

Definisi wawancara menurut Basrowi dan Suwandi ialah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan tersebut. Lincoln dan Guba dalam

⁵¹ Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif.(Jakarta: Rineka Cipta,2008), Hlm, 93-94.

⁵² Kriyantono Rachmat, “Teknik Praktis Riset Komunikasi” (Jakarta: Prenada Media Group, 2014) Hlm 110.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Basrowi dan Suwandi menekankan bahwa diadakan wawancara ini antara lain : mengontruksi perihal orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, dan kepedulian, merekonstruksi kebulatan-kebulatan harapan pada masa yang akan mendatang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi dari orang lain baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah, dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.⁵³

Wawancara dilakukan peneliti sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam, peneliti melakukan wawancara mengenai informasi yang tersebut lebih dalam.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber dokumentasi ini terdiri dari dokumen seperti majalah, tulisan, gambar, rekaman, dan sebuah karya seseorang⁵⁴. Dalam penelitian kualitatif peran dokumentasi sangat besar, dokumen sangat penting untuk menunjang keberhasilan observasi dan wawancara. Maka, hasil penelitian akan lebih meyakinkan atau akurat, karena didukung oleh potret gambar, catatan kecil yang di buat oleh peneliti. Selain itu, dokumen juga dapat mempermudah peneliti mengolah data penelitiannya.⁵⁵

3.6 Teknik Validitas Data

Setelah melakukan penelitian, maka tahap selanjutnya ialah melakukan validitas data atau pegujian dan pemeriksaan kebenaran data. Validitas data yang peneliti gunakan adalah triangulasi. Triangulasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggabungkan teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumen dari berbagai sumber data yang telah ada.⁵⁶

Tujuan dilakukan teknik pengumpulan data dengan cara triangulasi bukanlah untuk mengungkapkan kebenaran tentang suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi. Akan tetapi, triangulasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman

⁵³ Basrowi Dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif.*(Jakarta: Rineka Cipta,2008), Hlm, 127.

⁵⁴ Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*, Hal 65

⁵⁵ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta : Quadrant : 2020), Hal 158

⁵⁶ Ibid, Hal 158



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

peneliti terhadap data yang diperoleh, serta menguji kredibilitas dari data tersebut.⁵⁷

Triangulasi menggunakan tiga macam cara dalam pengecekan data, yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan validitas data dengan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber yang berbeda. Triangulasi sumber dalam konteks penelitian melibatkan penggunaan sumber data yang beraneka, seperti wawancara, dokumen, data statistik dan observasi untuk menguji konsistensi dan validitas temuan.

Menurut Patton bahwa “triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.”⁵⁸

Dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat menggunakan triangulasi sumber dengan menggabungkan wawancara mendalam dengan informan kunci, analisis dokumen terkait dan pengamatan partisipan. Dengan menganalisa dan membandingkan dari ketiga sumber, peneliti dapat mengkonfirmasi temuan dan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik menguji kredibilitas dengan cara mengecek data di sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, triangulasi ini membuat penulis melakukan diskusi untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin saja semua nya benar tetapi dari sudut pandang yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, kemudian di periksa dengan dengan observasi atau dokumentasi. Teknik ini memastikan untuk mendapatkan data yang dianggap benar.

Dalam konteks penelitian, triangulasi teknik menggunakan beberapa teknik pengumpulan yang berbeda, seperti wawancara, angket, observasi, atau analisis dokumen untuk memverifikasi dan memvalidasi temuan penelitian.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data, triangulasi waktu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pembuktian dengan observasi, wawancara, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Maka dari itu perlu dilakukan dengan berulang-ulang agar menemukan kepastian data⁵⁹.

⁵⁷ Ibid, Hal 159

⁵⁸ Pratiwi, *Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi*, Hal 213

⁵⁹ Pratiwi, Hal 214

Dalam konteks penelitian, triangulasi waktu melibatkan pengumpulan data pada titik waktu yang berbeda-beda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan, pola dan tren yang terjadi seiring waktu.

Dari ketiga triangulasi diatas, peneliti melakukan validitas data yang cocok dan berhubungan dengan konteks penelitian ialah dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi waktu.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi maupun catatan lapangan yang disusun oleh peneliti dengan cara mendeskripsikan hasil temuan yang diperoleh⁶⁰. Data yang dianalisis yaitu mengenai pemanfaatan media sosial instagram @dkominfo.dumai sebagai sarana informasi kota Dumai.

Deskriptif diartikan menggambarkan konsep satu demi satu. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.⁶¹

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja data, mengorganisasikan data memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensitesiskannya, mencari dan menemukan pola apa saja yang penting dan apa yang dapat dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain⁶².

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik kualitatif sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah kegiatan mengolah data dengan menganalisis data, menggolongkan data, membuang data yang tidak perlu agar menjadi lebih sederhana dan dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang hingga berakhir dengan ditariknya kesimpulan.⁶³

⁶⁰ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta : Quadrant : 2020), Hal 113

⁶¹ Rakhmat Jalaluddin, *“Metode Penelitian Komunikasi”* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2005) Hlm 25

⁶² Lexy J. Meleong, *“Metode Penelitian Kualitatif”* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2007) Hlm 248

⁶³ Janu Murdiyotmoko, *Sosiologi Memahami Dan Mengkaji Masyarakat* (Bandung: Pt Grafindo Media Pratama, 2007), Hal 100.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Display data

Display data adalah bagian penyajian data agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan lingkup yang dibutuhkan dengan memberi kode atau tanda. Penelitian kualitatif biasanya akan memperoleh data naratif, maka data akan menjadi sederhana.⁶⁴

c. Kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan dan verifikasi merupakan teknik penulis dalam menganalisa data yang telah didapatkan untuk dapat ditarik kesimpulan.

⁶⁴ Murdiyotmoko, Hal 100.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

Pembentukan Dinas Komunikasi dan Informatika kota Dumai merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah yang mengamanatkan kepada setiap pemerintah daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan. Awal mulanya Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan salah satu bagian yang ada di Sekretariat Daerah Kota Dumai yaitu bagian Kominfo yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Dumai Nomor 12 Tahun 2016 tanggal 1 Desember 2016 dan Peraturan Walikota Dumai Nomor 45 Tahun 2016 tanggal 30 Desember 2016. Bagian Kominfo merupakan penggabungan dari beberapa Tupoksi yang ada di OPD yaitu Kantor Perpustakaan, Arsip dan Data Elektronik (Data Elektronik), Bappeda (Statistik) serta Dinas Perhubungan (Infokom).

Seiring dengan dinamika perkembangan dan adanya penataan kelembagaan baru pemerintah Daerah Kota Dumai sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Dumai Nomor 4 Tahun 2018 dan Peraturan Walikota Dumai Nomor 59 Tahun 2018 tentang kedudukan susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai maka bagian Komunikasi dan Informatika menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai sejak ditetapkan pada tanggal 15 November 2018. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai merupakan bagian dari Kominfo, bagian Humas, serta Persandian yang ada di Bagian Umum Sekretariat Daerah Kota Dumai.



Gambar 4.1
Logo Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Dumai mempunyai tugas membantu Walikota Dumai dalam melaksanakan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang statistik dan persandian.

Adapun fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai ialah :

- a) Perumusan kebijaksanaan pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Layanan Infrastruktur E-Government, Bidang Layanan Aplikasi E-Government, Bidang Statistik dan Persandian.
- b) Pelaksanaan kebijakan pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Layanan Infrastruktur E-Government, Bidang Layanan Aplikasi E-Government, Bidang Statistik dan Persandian.
- c) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Layanan Infrastruktur E-Government, Bidang Layanan Aplikasi E-Government, Bidang Statistik dan Persandian.
- d) Pelaksanaan administrasi pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Layanan Infrastruktur E-Government, Bidang Layanan Aplikasi E-Government, Bidang Statistik dan Persandian.
- e) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan lingkup fungsinya.

4.3 Letak Lokasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

Kantor yang ditempati Dinas Komunikasi dan Informatika sekarang beralamat di Jalan Teluk. Binjai, Kecamatan Dumai Timur Kota Dumai, Riau 28826. Lokasinya sangat strategis dengan suasana yang tenang dan juga tidak terlalu bising oleh kepadatan lalu lintas.

Secara geografis letak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai adalah sebagai berikut :

1. Dinas Komunikasi dan Informatika terletak di belakang taman terbuka ramah anak (Tatera)
2. Dinas komunikasi dan informatika terletak di sebelah kanan Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Pemukiman
3. Dinas Komunikasi dan Informatika terletak di sebelah kiri rumah dinas

Dinas Komunikasi dan Informatika juga teletak berderetan dan sangat dekat dengan Pendopo Sri Bunga Tanjung

4.4 Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

1. Visi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai memiliki visi yaitu :

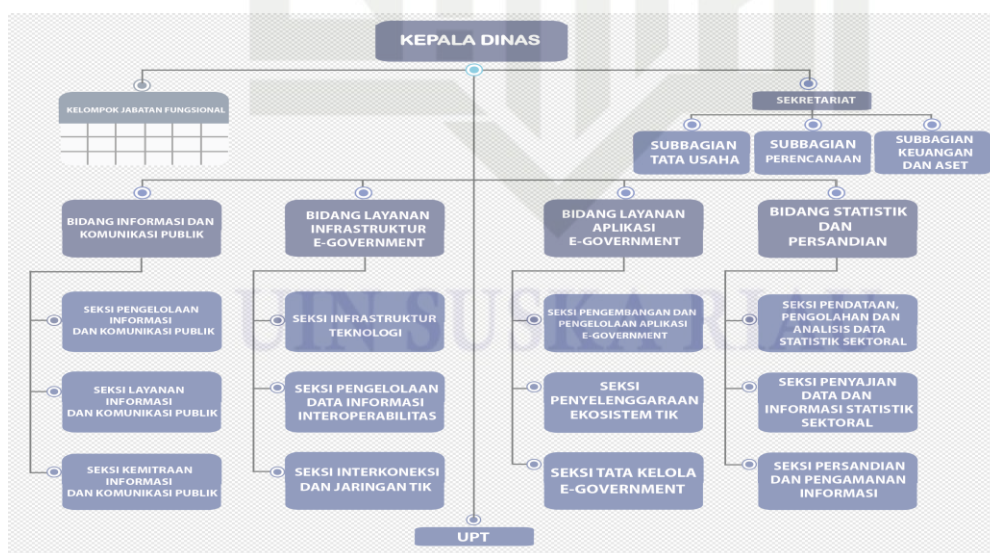
“Terwujudnya Masyarakat Dumai yang Makmur dan Madani pada Tahun 2022”

2. Misi

- Mewujudkan pemerintah yang efektif
- Bersih melalui penyelenggaraan pemerintahan yang profesional
- Aspiratif
- Partisipatif dan transparan

4.5 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

Struktur organisasi merupakan suatu sistem atau jaringan kerja terhadap tugas-tugas, sistem pelaporan dan komunikasi yang menghubungkan secara bersama pekerjaan individual dengan kelompok. Semua bentuk organisasi memiliki struktur yang dirancang dengan maksud untuk memastikan bahwa organisasi dirancang dengan cara yang paling baik untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuannya. Adapun struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai sebagai berikut :



Gambar 4.2

Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun nama-nama serta jabatan di berbagai bidang Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai ialah :

1. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai ialah Bapak Drs. H. Khairil Adli. M.Si
2. Sekretaris Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Dumai ialah Bapak Muhammad Zakir
3. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik ialah Bapak Muhammad Saddam. S.STP., M.IP
4. Kepala Bidang Layanan Infrastruktur E- Government ialah Bapak Mulyono. S.Kom
5. Kepala Bidang Layanan Aplikasi E-Government ialah Bapak Muhammad Fakhri, ST, M.EC.DEV
6. Kepala Bidang Statistik dan Persandian ialah Ibu Maysarah, S.Sos, M.Pd





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai Pemanfaatan Media Sosial Insragramm @kominfo.dumai sebagai Sarana Informasi kota Dumai peneliti menemukan kesimpulan bahwa :

Penggunaan akun Instagram @kominfo.dumai telah berhasil meningkatkan kesadaran public terhadap program-program pemerintah kota Dumai dan isu-isu penting di wilayah tersebut. Dari segi pemanfaatan, peran media sosial Instagram @kominfo.dumai dalam menyampaikan informasi dinilai bagus dan optimal, hal itu terlihat dari kepuasan masyarakat yang puas akan informasi yang disampaikan. Informasi terkait kota Dumai dan pemerintahan kota Dumai dapat dinikmati dimanapun dan kapanpun melalui akun @kominfo.dumai tersebut. Informasi dalam postingan konten yakni publikasi kegiatan Walikota Dumai, promosi ajang pariwisata Kota Dumai, publikasi program Walikota Dumai dan Pemerintah Kota Dumai, publikasi informasi yang menyangkut hajat hidup masyarakat dan berbagai hal lainnya yang berkaitan dengan Pemerintahan atau memberi efek positif bagi masyarakat Kota Dumai. Adapun dari segi hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan akun @kominfo.dumai ini ialah dari segi penyampaian informasi dan komunikasi. Masih ada sebagian kecil masyarakat yang masih belum mengetahui serta merasa kurang terhadap informasi yang diberikan oleh akun @kominfo.dumai tersebut. Dari segi upaya, akun @kominfo.dumai telah melakukan upaya-upaya dalam penyebaran informasi kepada masyarakat, upaya tersebut tidak terpaku dalam satu akun saja namun melakukan kolaborasi dengan akun-akun lain. Koneksi yang diperlukan akun @kominfo.dumai terhadap masyarakat dalam memajukan Kota Dumai adalah saran atau komentar yang baik dari masyarakat. Karena suatu wilayah mencapai titik terbaik nya bukan karena pemerintahan nya saja melainkan kerjasama atau koneksi dari masyarakat nya juga.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti jelaskan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @kominfo.dumai sebagai sarana informasi kota Dumai maka peneliti memiliki beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi masukan kedepannya, yaitu :

1. Bagi Instagram @kominfo.dumai atau Diskominfo kota Dumai dapat memberikan pemahaman edukasi kepada masyarakat bagaimana cara memanfaatkan Instagram dengan baik dalam mencari Informasi.
2. Diversifikasi konten, selain menginformasikan program-program daerah, @kominfo.dumai perlu menyajikan konten yang lebih bervariasi seperti cerita inspiratif, tips seputar kehidupan sehari-hari atau acara lokal yang menarik minat masyarakat. Hal ini akan membantu menciptakan ikatan emosional antara akun Instagram dengan penggunanya.
3. Akun @kominfo.dumai dapat lebih aktif berinteraksi dan lebih peduli dengan pengguna atau masyarakat melalui komentar, pesan langsung atau menanggapi pertanyaan dan masukan dari masyarakat. Ini akan memperkuat keterlibatan public dan memberikan rasa bahwa pendapat mereka dihargai dan demi kemajuan Kota Dumai.
4. Bagi masyarakat kota Dumai untuk menjadi masyarakat yang responsif terhadap informasi yang disampaikan oleh akun @kominfo.dumai.
5. Melakukan kolaborasi dengan beberapa pihak terkait. Kerja sama dengan instansi pemerintah setempat, akademisi atau komunitas lokal dan masyarakat agar dapat memperluas jangkauan dan mendiversifikasi konten yang disajikan.
6. Memonitoring aktivitas online, dengan cara memantau respons public terhadap konten yang diunggah serta mengidentifikasi kesalahpahaman atau kebutuhan informasi tambahan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Septiani Restanti Tania, Dkk. *Media Sosial Identitas, Transformasi Dan Tantangannya*. Intrans Publishing Group, 2020.
- Adzani, Diah Melati Dan Jumino. "Pemanfaatan Podcast Dan Instagram Oleh Komunitas Literatif Sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan." *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi* 4, No. 3 (22 November 2020): 327–42. <https://doi.org/10.14710/Anuva.4.3.327-342>.
- Ardiansyah, Irfan, Dan Anastasya Maharani. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: Cv Cendekia Press, 2020.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico, 1994.
- Arifuddin, Muhammad Rizqi. "Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial" 3 (T.T.).
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Dan Amaliyah. *Digital Marketing*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Endraswara, Suwardi. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan Ideologi, Epistemologi, Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006.
- Fachruddin, Andi. *Journalism Today*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Faiqah, Fatty, Muh Nadjib, Dan Andi Subhan Amir. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram" 5 (2016): 14.
- Fauziah Mutiara. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang)." Universitas Brawijaya, 2018.
- Ginting, Rahmanita, Agus Yulistiono, Dan Abdul Rauf, Dkk. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.
- Ginting, Rahmanita, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, Dan Sardjana Orba Manullang. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial; Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Insania, 2021.
- Girsang, Chyntia Novy. "Pemanfaatan Micro-Influencer Pada Media Sosial Sebagai Strategi Public Relations Di Era Digital." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, No. 2 (22 Desember 2020): 206–25. <https://doi.org/10.31937/Ultimacomm.V12i2.1299>.
- Huda, Asrul, Dan Noper Ardi. *Teknik Multimedia Dan Animasi*. Padang: Unp Press, 2021.
- Herlina, Novi. —Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017): 2.
- Innova, Eurika Intan. —Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal e-Komunikasi* 4, no. 1 (2016): 2.
- Kinanti, Syafira Putri, Dan Berlian Primadani Satria Putri, S.I.Kom., M.Si. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic." *Jurnal Komunikasi* 9, No. 1 (9 Agustus 2017): 53. <https://doi.org/10.24912/Jk.V9i1.164>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Maryolein, Shintadevy, Nadya Dwina Hapsari, Dan Rani Chandra Oktaviani. "Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium." *Avant Garde* 7, No. 1 (30 Juni 2019): 19. <https://doi.org/10.36080/Avg.V7i1.849>.
- Murdiyotmoko, Janu. *Sosiologi Memahami Dan Mengkaji Masyarakat*. Bandung: Pt Grafindo Media Pratama, 2007.
- Nadin, Agus Muhammad, Dan Gunawan Ikhtiono. "Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online," T.T.
- Nasution, Asrindah. "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Bisnis Corporate* 6, No. 1 (30 September 2021): 11–18. <https://doi.org/10.46576/Jbc.V6i1.1484>.
- Ningsih, Septia, Fitria Yuliani, Dan Eceh Trisna Ayuh. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa." *Journal Of Public Policy And Administration Silampari* 4, No. 1 (2022).
- Panuju, Redi. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8, No. 1 (1 April 2017): 51. <https://doi.org/10.36080/Comm.V8i1.651>.
- Prihatiningsih, Witanti —Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja, *Jurnal Communication VIII*, no. 1 (2017): 52
- Puspitarini, Dinda Sekar, Dan Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Jurnal Common* 3, No. 1 (7 Agustus 2019): 71–80. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>.
- Sakti, Bulan Cahya, Dan Much Yulianto. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja" 6, No. 4 (2018).
- Saleh, Gunawan -, and Ribka Pitriani. —Pengaruh Media Sosial Instagram Dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya _Alone Together. *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (2018): 104.
- Santoso, Amanda, Imam Baihaqi, and Satria Persada. —Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 6, no. 1 (2017): 50–54.
- Sari, Dian Nurvita, Dan Abdul Basit. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting." *Jurnal Komunikasi* 3, No. 1 (2020).
- Sazali, Hasan, Dan Ainun Sukriah. "Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, No. 2 (2021).
- Sujoko, Anang, Muhtar Haboddin, Dan La Ode Machdani Afala. *Media Dinamika Demokrasi*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress, 2009.
- Thaib, Erwin Jusuf. *Problematisasi Dakwah Di Media Sosial*. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ummah, Athik Hidayatul. *Manajemen Industri Media Massa*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021.

Wilandari, Angestika, Moehammad Shadiq Helmy, Dan Vicky Windasari. "Edukasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Personal Branding Di Kalangan Milenial Pada Panti Asuhan Ar-Ridho Depok" 1, No. 2 (2021): 8.

Yusup, Pawit M. *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan*. Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2016.



LAMPIRAN

1.1 DAFTAR TABEL

No	Nama	Status
1.	Muhammad Aidil Akbar, S.Ikom	Staf editor Diskominfo
2.	Muhammad Herlambang	Staf admin akun Instagram @kominfo.dumai
3.	Santi B	Follower akun Instagram @kominfo.dumai
4.	Andi Ardiatman	Follower akun Instagram @kominfo.dumai
5.	Rafi Andya Caesar	Follower akun Instagram @kominfo.dumai

Table 5.1 Daftar informan

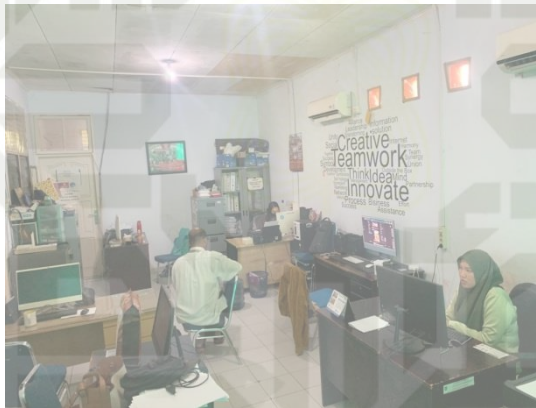
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 LAMPIRAN GAMBAR DOKUMENTASI



Gambar 1. Foto Kantor Diskominfo



Gambar 2. Suasana ruang kerja IKP



Gambar 3. Wawancara bersama editor konten akun @kominfo.dumai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. Wawancara dengan (Santi B) follower Instagram akun @kominfo.dumai



Gambar 5. Wawancara dengan Rafi Andya Caesar sebagai follower akun Instagram @kominfo.dumai



Gambar 6. Wawancara dengan Andi Ardiatman sebagai follower akun Instagram @kominfo.dumai.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan untuk admin akun Instagram @kominfo.dumai

1. Bagaimana cara pengelolaan akun instagram @kominfo.dumai apakah ada cara khusus?
2. Apa jenis konten atau kategori informasi yang biasa disajikan pada akun @kominfo.dumai?
3. Bagaimana frekuensi postingan pada akun tersebut, apakah ada pola tertentu atau tidak?
4. Apakah terdapat feedback dari masyarakat melalui like, komen dan share pada setiap postingan? jika iya bagaimana pihak @diskominfo.dumai memberikan feedback tersebut?
5. Menurut anda sebagai admin instagram @kominfo.dumai adakah tantangan dalam membangun kesadaran masyarakat luas terkait isu-isu atau informasi di kota dumai melalui media sosial instagram? dan bagaimana upaya mengatasi tantangan tersebut?
6. Bagaimana insight pengikut pada akun instagram @kominfo.dumai?
7. Instagram @kominfo.dumai menggunakan komunikasi seperti apa ke pada publiknya dalam penyampain informasi? dan komunikasi seperti apa yang diharapkan dari publik untuk diskominfo itu sendiri?
8. Apakah ada komunikasi seperti memberikan saran kepada akun instagram dari pengikut dalam penyampaian informasi?
9. Apakah akun instagram @kominfo.dumai ada melakukan kolaborasi atau kerja sama sesama akun instagram yang lain? dan apakah jika pengikut mengajak bekerja sama dengan akun @kominfo.dumai itu boleh? atau ada aturan tertentu?
10. Bagaimana cara akun @kominfo.dumai menarik perhatian audiens selain dari pengungahan konten informasi? apakah ada koneksi agar lebih dekat dengan pengikut?

Daftar pertanyaan untuk editor konten akun @kominfo.dumai

1. Sejak kapan Anda menjadi konten creator untuk akun @kominfo.dumai di Instagram?
2. Bagaimana Anda menentukan jenis konten yang akan disampaikan melalui akun @kominfo.dumai di Instagram?
3. Apakah ada aspek khusus yang Anda pertimbangkan dalam pembuatan konten agar sesuai dengan kebutuhan dan minat pengikut akun @kominfo.dumai?
4. Apa strategi yang Anda gunakan untuk membuat konten yang menarik perhatian dan dapat meningkatkan keterlibatan pengikut di akun @kominfo.dumai di Instagram?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bagaimana Anda mengukur keberhasilan konten yang telah dibuat? Apakah ada metrik khusus yang Anda gunakan?
6. Apakah Anda memiliki kerjasama dengan pihak terkait atau instansi lain dalam pembuatan konten untuk akun @kominfo.dumai di Instagram?
7. Apakah Anda menerima masukan atau saran dari pengikut akun @kominfo.dumai di Instagram terkait jenis konten yang ingin mereka lihat?
8. Bagaimana Anda menyesuaikan konten yang disampaikan melalui akun @kominfo.dumai dengan kebutuhan dan perkembangan Kota Dumai?
9. Apakah terdapat tantangan atau kesulitan khusus dalam menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengikut akun @kominfo.dumai di Instagram?
10. Bagaimana Anda melihat peran konten yang dibuat melalui akun @kominfo.dumai di Instagram dalam membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu penting di Kota Dumai?
11. Instagram @kominfo.dumai menggunakan komunikasi seperti apa ke pada publiknya dalam penyampaian informasi? dan komunikasi seperti apa yang diharapkan dari publik untuk diskominfo itu sendiri?
12. Apakah ada komunikasi seperti memberikan saran kepada akun instagram dari pengikut dalam penyampaian informasi?
13. Apakah akun instagram @kominfo.dumai ada melakukan kolaborasi atau kerja sama sesama akun instagram yang lain? dan apakah jika pengikut mengajak bekerja sama dengan akun @kominfo.dumai itu boleh? atau ada aturan tertentu?
14. Bagaimana cara akun @kominfo.dumai menarik perhatian audiens selain dari pengungkahan konten informasi? apakah ada koneksi agar lebih dekat dengan pengikut?

Daftar pertanyaan untuk *follower*/pengikut akun @kominfo.dumai

1. Apakah anda mengikuti instagram @kominfo.dumai? sudah berapa lama?
2. Mengapa anda memilih untuk mengikuti akun tersebut?
3. Bagaimana pendapat anda tentang penggunaan media social instagram sebagai sarana informasi kota Dumai?
4. Apakah anda merasa konten yang disampaikan oleh akun @kominfo.dumai relevan dan bermanfaat bagi warga kota Dumai?
5. Apa jenis konten yang biasanya disampaikan oleh akun @kominfo.dumai di Instagram?
6. Bagaimana menurut anda interaksi antara pengelola akun @kominfo.dumai dengan pengikutnya di Instagram? Apakah ada respons yang cepat dan baik?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Apakah anda pernah menggunakan akun @koinfo.dumai di Instagram sebagai sumber informasi untuk kegiatan sehari-hari, seperti event, promosi, atau pengumuman penting?
8. Apakah anda pernah berpartisipasi dalam kontes atau kegiatan lain yang diadakan oleh akun @koinfo.dumai di Instagram?
9. Apakah anda merasa akun @koinfo.dumai di Instagram memberikan kesempatan bagi warga kota Dumai untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perkembangan kota?
10. Bagaimana menurut anda tingkat keterlibatan masyarakat dalam memberikan komentar, saran, atau pertanyaan kepada akun @koinfo.dumai di Instagram?
11. Apakah anda memiliki saran atau rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut akun @koinfo.dumai di Instagram agar dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada warga kota Dumai?
12. Apakah anda merasa akun @koinfo.dumai di Instagram membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu penting di kota Dumai?
13. Apakah anda merasa akun @koinfo.dumai di Instagram memberikan kesempatan bagi Anda untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perkembangan kota Dumai?
14. Bagaimana menurut anda interaksi antara pengelola akun @koinfo.dumai dengan pengikutnya di Instagram? Apakah ada respons yang cepat dan baik?
15. Menurut anda apa yang membuat akun instagram @koinfo.dumai ini menarik di mata pengikutnya?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052
Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nomor : B-1926/Un.04/F.IV/PP.00.9/05/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 17 Mei 2023

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: MEUTUAH AMATUL FIRDAUSYA
N I M	: 11840322071
Semester	: X (Sepuluh)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Kominfo.Dumai Sebagai Sarana Informasi Kota Dumai"

Adapun sumber data penelitian adalah :
"@Kominfo.Dumai".

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.



Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.
NIP 19811118 200901 1 00



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/56404
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat
 Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor :
B-1925/Un.04/F.IV/PP.00.9/05/2023 Tanggal 17 Mei 2023, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | MEUTUAH AMATUL FIRDAUSYA |
| 2. NIM / KTP | : | 11840322071 |
| 3. Program Studi | : | ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | JL. RADAR NO. 003 BUKIT NENAS |
| 6. Judul Penelitian | : | PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KOMINFO.DUMAI SEBAGAI SARANA INFORMASI KOTA DUMAI |
| 7. Lokasi Penelitian | : | DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA DUMAI |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 19 Mei 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Dumai
 Up. Kakan Kesbangpol dan Linmas di Dumai
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta
 UIN Suska Riau

State Islamic University of
 Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Meutuah Amatul Firdausya, Lahir pada tanggal 25 Maret 1999, anak dari pasangan ayah Anas Abdullah dan Ibu Cut Raziah. Penulis merupakan anak Empat dari Lima bersaudara memiliki Tiga Abang Laki-Laki yaitu Naufal Mutawkkil, Rafi Andya Caesar, Raki Andrya Caesar, Dam

Adik Perempuan Raisya Putri Candra. Penulis menempuh pendidikan di SDN 015 Dumai, SMPN 1 Dumai, SMAN 1 Dumai dan kemudian lulus menjadi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relation.

Akhir kata penulis mengucapkan syukur karena telah berhasil menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) dan lulus serta dapat menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada tanggal 11 September 2023 dengan skripsi yang berjudul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KOMINFO.DUMAI SEBAGAI SARANA INFORMASI KOTA DUMAI”**.

UIN SUSKA RIAU