

**STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO KARANGANYAR DALAM
MEMBERIKAN INFORMASI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM KEPADA MASYARAKAT**

Oleh :

Moura Bidara Gemintang¹, Dra. Nurnawati Hindra Hastuti, M.Si², Andri Astuti

Itasari, S.Sos M.I.Kom³

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Mouradara14@gmail.com

ABSTRAK

Dinas Komunikasi dan Informatika Karanganyar berfokus kepada masyarakat dalam memberikan edukasi mengenai protokol kesehatan hingga cara menanggulangi hal ini dilakukan karena masyarakat yaitu anak muda lebih cenderung menggunakan Instagram dalam mengakses media sosial. Sehingga mendapatkan informasi dan pemahaman yang pasti mengenai hal tersebut, perlu adanya edukasi secara langsung pada anak muda di masa pandemi Covid-19 saat ini, penyebaran covid-19 membuat masyarakat khawatir sehingga hal ini membutuhkan strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Karanganyar untuk memberikan informasi yang valid, sehingga masyarakat bersedia untuk divaksinasi serta dapat mengerti bagaimana menanggulangi covid-19 dan bagaimana masyarakat dapat mematuhi protokol kesehatan. Bagaimana strategi komunikasi Diskominfo Karanganyar memberikan informasi Covid-19 kepada masyarakat melalui Instagram. Penelitian bertujuan untuk menganalisis Strategi Komunikasi Diskominfo Karanganyar dalam memberikan informasi kepada masyarakat Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif penarikan informan dilakukan secara purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil kajian mengungkapkan Strategi Komunikasi Diskominfo Karanganyar dalam memberikan informasi kepada masyarakat Karanganyar cukup lengkap, jelas, ringkas, dan valid. Namun, pada saat itu terjadi kurangnya pemerataan vaksin Covid-19. Maka dari itu Dinas komunikasi dan Informatika Karanganyar harus memberikan edukasi mengajak masyarakat untuk vaksin Covid-19 serta memberikan bantuan kelancaran terhadap kelangkaan masker.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Covid-19, Instagram*

ABSTRACT

The Karanganyar Communication and Informatics Office focuses on the community in providing education about health protocols and how to deal with this because young people are more likely to use Instagram to access social media. So as to get definite information and understanding about this, there is a need for direct education to young people during the current Covid-19 pandemic, the spread of Covid-19 makes people worried so this requires a communication strategy for the Karanganyar Communication and Informatics Service to provide information that is valid, so that people are willing to be vaccinated and can understand how to deal with Covid-19 and how people can comply with health protocols. How is the communication strategy of Diskominfo Karanganyar providing Covid-19 information to the public via Instagram. The research aims to analyze the Karanganyar Diskominfo Communication Strategy in providing information to the people of Karanganyar. This study used a descriptive method with a qualitative approach to collecting informants by purposive sampling. Collecting data using observation techniques, interviews, and documentation studies. The results of the study revealed that the Karanganyar Diskominfo Communication Strategy in providing information to the Karanganyar community was quite complete, clear, concise, and valid. However, at that time there was a lack of even distribution of the Covid-19 vaccine. Therefore the Karanganyar Communication and Informatics Service must provide education to invite the public to get the Covid-19 vaccine and provide smooth assistance against the scarcity of masks.

Keywords: Communication Strategy, Covid-19, Instagram

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi juga harus menampilkan kegiatan secara strategis, dalam artian pendekatan dapat berubah setiap saat tergantung situasi. Dalam strategi komunikasi untuk memahamisifat khalayak media dan efek yang ditimbulkannya sangat penting untuk memilih media yang baik, karena ini berkaitan dengan media yang kita inginkan sudah tersampaikan atau tidak. Udaya dkk (2013:6) Strategi menunjukkan kemampuan untuk mengelola atau merencanakan strategi dengan cara yang terperinci untuk mencapai tujuan komunikasi yang memberdayakan. Menyebarkan informasi agar cepat tersampaikan dengan menggunakan media sosial instagram sebagai perantara informasi kepada publik tentang program-program atau informasi yang tersedia untuk publik. terdapat Humas atau

Public Relation sehingga dapat menyebarkan informasi tentang covid-19. Penyebaran informasi Covid-19 melalui media sosial memiliki potensi yang besar kepada publik. Hal ini dikarenakan publik sebagai Peran penting terkait dengan reputasi, kepercayaan, dan penyebaran informasi kepada publik. Dalam menyebarkan Covid-19 peran Humas di instansi pemerintah harus memiliki strategi komunikasi dan pola kinerja. Kehumasan berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang telah mencapai era generasi keempat (4.0) menjadi sangat penting (Sedarmayanti, 2018). Fungsi dari *Public Relations Online* atau *Cyber Public Relation* secara umum adalah sebagai sarana menyebarkan informasi kepada publik mulai berkembang seiring dengan pengguna media baru yang semakin mudah dan nyaman untuk kegiatan kehumasan media sosial yang semakin maju di era ini. Salah satu

informasi penting yang harus disebarakan oleh *Public Relations* yaitu mengenai kasus Covid- 19 yang sedang tidak terkontrol penularan virus tersebut pada tubuh manusia. Covid-19 adalah salah satu virus yang di sebabkan oleh SARS-CoV-2, Infeksi virus covid-19 dapat menyebabkan infeksi pernapasan. Agar kita lebih sehat dan terhindar dari Covid-19 kita harus mentaati (Prokes) Protokol Kesehatan yaitu pencegahan Covid-19 dengan melakukan selalu menggunakan masker, paham cara etika batuk, tidak keluar rumah kecuali darurat, cuci tangan pakai sabun dan air menggunakan sabun atau hand sanitizer, bawa alat makan pribadi, dan jaga jarak dari kerumunan. Sehingga melalui instagram bisa memposting foto melalui internet untuk dapat menerima informasi yang terkirim dengan cepat. Karena Pengguna instagram di Indonesia khususnya kelompok usia 18-24 tahun, yaitu 18-24 tahun dimana terdapat 33,90 juta orang, dimana 19,8% pengguna

aplikasi adalah perempuan dan 17,5% adalah pria. Kemudian kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna Instagram kedua, 16,9% pelanggan wanita, 15,3% pria.

Ada juga kelompok usia 13-17 tahun yang terdapat 7% adalah perempuan dan 5,2% adalah laki-laki. Serta di usia 35-44 tahun terdapat 6% perempuan dan 5,5% laki-laki. Dari kelompok 45-55 tahun sebanyak 2,2% perempuan dan 2,1% laki-laki. Kemudian, pengguna wanita dan pria berusia 55-64 tahun adalah 0,6%, 65 tahun ke atas adalah pengguna wanita 0,5%, dan 0,8% adalah pengguna pria. Secara keseluruhan, mayoritas 53,2% pengguna aplikasi berbagi foto dan video adalah wanita, sementara 46,8% adalah pria. Dari data tersebut yang sudah dibuktikan bahwa anak muda lebih menggunakan media Instagram sebagai sarana untuk mencari informasi akurat mengenai Covid-19. Media sosial sendiri berarti tempat atau tempat untuk

berbagi informasi, menyampaikan pendapat, dan memperluas wawasan. Media sosial adalah situs web page orang dapat membuat situs web individu, kemudian mereka dapat terkoneksi atau terhubung dengan teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Komunikasi merupakan proses ketika seseorang, wadah dan masyarakat menggunakan informasi agar dapat berhubungan dengan lingkungan dan orang lain sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik. Diskominfo Karanganyar di pandang sebagai lembaga perpanjangan atau penghubung pemerintah dan memiliki fungsi untuk melayani masyarakat dengan memberikan atau membagikan informasi sehingga dapat mewujudkan sosialisasi yang ada di dalam Pemerintahan Kabupaten Karanganyar terkhusus sosialisasi Covid-19. Adanya Diskominfo Karanganyar sebagai jalur garda terdepan di Karanganyar dalam

komunikasi dan informasi yang memiliki peranan cukup penting di tengah informasi yang tidak valid, sehingga dapat menimbulkan penyalahgunaan media informasi yang simpang siur dalam pandemi Covid-19. Diskominfo Karanganyar memiliki bidang yaitu Informasi Komunikasi Publik (Ikp) yang bertanggung jawab untuk merumuskan konsep, menerapkan kebijakan, mengkoordinasikan, memantau, mengevaluasi dan melaporkan. Untuk menanggulangi kecemasan masyarakat terkait informasi yang berlebihan mengenai Covid-19, maka melalui media instagram Diskominfo Karanganyar memberikan informasi terkait penyuluhan Covid-19 yang dikemas dengan poster dan video yang menarik agar masyarakat memiliki pemahaman tentang Covid-19 dan perkembangannya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode penelitian

kualitatif. Obyek lokasi penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Diskominfo Karanganyar memberikan informasi Covid-19 kepada masyarakat melalui Instagram. Penelitian dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer serta sumber data sekunder. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data didapat dari hasil wawancara, observasi, dokumen. Validitas dan reabilitas data menggunakan teknik triangulasi. Teknik analisis data Menurut Miles dan Huberman dalam Emzir (2012:129) diantaranya adalah tahap mereduksi data, tahap menyajikan data, tahap meraih kesimpulan dan konfirmasi data.

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) adalah hasil pemetaan urusan

pemerintah daerah di bidang komunikasi dan informatika yang disahkan pada 1 September 2016 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Karena berada dalam posisi sebagai perangkat daerah sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) ada hampir di setiap pemerintah daerah yang memiliki fasilitas dan jaringan memadai. Pemerintah Kabupaten Karanganyar juga termasuk di dalamnya, sehingga pada tahun 2017 Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar diresmikan sebagai instansi pemerintahan yang mengelola *website* www.karanganyar.go.id sebagai media pelayanan informasi publik kepada masyarakat di Kabupaten Karanganyar. Visi dari Diskominfo Karanganyar adalah Rumusan Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar ditetapkan setelah mempertimbangkan tugas, fungsi dan memperhatikan Rencana Jangka Menengah Daerah Kabupaten Karanganyar Tahun 2013 – 2018. Visi

Pemkab Karanganyar Tahun 2013 – 2018 adalah "Bersama Memajukan Karanganyar".

a. DESKRIPSI STRATEGI

KOMUNIKASI

Dari data covid-19 tahun 2020 terkena positif Covid-19 di bulan desember akhir yaitu sebanyak 19 orang, Sembuh dari covid-19 sebanyak 2420 orang, yang meninggal dunia sebanyak 148 orang. Kemudian suspek atau bisa dikatakan orang yang terinfeksi saluran pernapasan saat 14 hari terakhir sebelum muncul gejala serta riwayat perjalanan memiliki riwayat kontak dengan kasus konfirmasi/probable Covid-19 sebanyak 140 orang. Ada probable atau konfirmasi yang bergejala, untuk menemukan kontak erat periode kontak dihitung dari 2 hari sebelum kasus timbul gejala dan hingga 14 hari setelah kasus timbul gejala sejumlah 0 orang. Kontak Erat orang yang memiliki riwayat kontak dengan kasus probable atau konfirmasi Covid-19 sejumlah 94 orang. Sedangkan pada tahun 2021 yang terkena covid-19 di bulan desember akhir sebanyak 22.756, sembuh

dari covid-19 sebanyak 21.353, yang meninggal dunia sebanyak 1.391. kemudian suspek sebanyak 3 orang, ada juga probable sebanyak 92 orang, Kontak erat yang ditahun 2021 berganti status sebagai isolasi mandiri sebanyak 0 orang. Jadi hasil data dari 2020 hingga 2021 terjadi kemajuan angka kesembuhan lebih besar sehingga strategi yang dilakukan oleh diskominfo dalam merencanakan membuat konten serta informasi agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Strategi komunikasi yang dilakukan di Karanganyar harus mencakup semua aspek yang diperlukan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi kepada publik sehingga tercapainya pesan dalam menyampaikan sebuah informasi atau komunikasi tentang covid-19 kepada masyarakat karanganyar. Melalui aplikasi Instagram pesan yang telah dipersiapkan kepada publik dapat tersampaikan melalui konten, flayer, film, serta ketoprak diantaranya contoh dari informasi terkait

covid-19 pada gambar bawah ini yaitu flyer tentang jadwal vaksinasi dosis 1 sampai dosis ke tiga covid-19.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa “Strategi komunikasi diskominfo Karanganyar dalam memberikan informasi covid-19 melalui media sosial instagram kepada masyarakat” dapat dipahami dan mampu mempengaruhi masyarakat. Adapun hal yang berhasil dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar sebagai berikut, yaitu Strategi komunikasi yang mempersiapkan pesan dan informasi mulai dari mengedukasi masyarakat agar taat prokes, mengedukasi bagaimana masyarakat menanggapi covid-19 ketika mengalami positif sehingga agar tidak khawatir ketika terkena covid-19. Lalu melalui *Public relation* atau staff ikp mempublikasikan melalui media sosial Instagram agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, banyak juga media sosial yang

di pakai Dinas komunikasi dan informatika diantaranya web, facebook, serta instagram namun media yang di pilih yaitu media instagram karena Instagram merupakan media yang terupdate cepat serta respon masyarakat lebih banyak dan sasaran nya anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Rogers. (1964). Covid-19 pada Karangtaruna Pemuda Pancasila Kembangan Selatan. Majalengka, <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/10972>
- Muhammad, Rendy. 2021. peran Diskominfo dalam upaya menyampaikan informasi covid-19 di kabupaten majalengka, <http://repository.unpas.ac.id/51047/>
- Tentang covid-19, 2021 <https://www.alodokter.com/covid-19> Jurnal alo dokter covid-19 Bidang Ikp diskominfo <https://dinkominfo.purbalinggakab.go.id/humas-dan-ikp/>
- Humas sebagai sumber informasi yang paling terpercaya kian lebih (Apyanti, 2013: 50) <https://core.ac.uk/reader/77622450>
- Ambriani, Shintia. 2016. Proses publikasi kegiatan daerah daerah istimewa Yogyakarta di Instagram <http://repository.stikomogyakarta.ac.id/28/>
- Asmarawati, Suci. 2021. Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Selatan Dalam Sosialisasi Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19. Sumatera Selatan, https://repository.unsri.ac.id/54729/3/RAMA_70201_070

31181722040_0001057901_01_ front_ref.pdf

Pengertian Instagram

<http://repository.unpas.ac.id/49707/5/BAB%20II.pdf>

Jazuli, Aziz, Iham Hanafi. 2021. Strategi Komunikasi Satuan Tugas (SATGAS) Kelurahan Tanjung dalam Menangani dampak wabah covid-19 di kelurahan tajung kecamatan purwokerto selatan kabupaten banyumas. banyumas, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/10531/>

Jurnal <https://e-journal.lppmunsera.org/index.php/KA/article/view/3143/1708>

Penelitian terdahulu

[https://www.google.com/search?xsrf=AOaemvJ7MKLhsPyLuQ8wo3NRpt2q0YUVAg:1641556970886&q=Teknik+pene ntuan+informan+menurut+Sugiyono&sa=X&ved=2ahU](https://www.google.com/search?xsrf=AOaemvJ7MKLhsPyLuQ8wo3NRpt2q0YUVAg:1641556970886&q=Teknik+pene ntuan+informan+menurut+Sugiyono&sa=X&ved=2ahUKEWj0y4KhzJ_1AhXS63MBHYOBQIQ1QJ6BAgtEAE&biw=1280&bih=577& DPR=1.5)

[KEWj0y4KhzJ_1AhXS63MBHYOBQIQ1QJ6BAgtEAE&biw=1280&bih=577& DPR=1.5](https://www.google.com/search?xsrf=AOaemvJ7MKLhsPyLuQ8wo3NRpt2q0YUVAg:1641556970886&q=Teknik+pene ntuan+informan+menurut+Sugiyono&sa=X&ved=2ahUKEWj0y4KhzJ_1AhXS63MBHYOBQIQ1QJ6BAgtEAE&biw=1280&bih=577& DPR=1.5)

Penelitian terdahulu

<http://ejournal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/735>

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Kelebihan dan kekurangan Instagram di media sosial 2021

<https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/>

<http://repository.usahidsolo.ac.id/1690/1/JURNAL%20-%20Affida%20Devi.pdf>

Kompasiana, Kelebihan kekurangan Instagram

<https://www.kompasiana.com/leonmark/55eda3fad49273840fc2d6e0/kelebihan-dan-kekurangan-instagram>

kelebihan dan kekurangan Instagram Maryolein, Shintadevy dkk, 2019

<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/vantgarde/article/view/849>

A Rafiq Global 2020, Pengertian media sosial

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengertian+media+sosial&oq=pengertian+med

Sejarah dan Profil Diskominfo

Karanganyar

<https://diskominfo.karanganyarakab.go.id/profil-pegawai/>

Penjelasan Suspek, Probable, Kontak erat, dan positif covid

<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20200714/2834469/kemenkes-kenalkan-istilah-probable-suspect-kontak-erat-dan-terkonfirmasi-covid-19/>

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/3345/2254>

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/3345/2254>

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/3345/2254>

Udaya Dkk (2013:6) Strategi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Dan Usaha Mikro Dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Di Kota Tanjungpinang

<https://jurnal.umrah.ac.id>

Sedarmayanti, 2018 Komunikasi

Pemerintah Pusat Dan Pemerintah

Daerah: Kasus Dinamika Pelaksanaan

Local Lockdown Dalam Mencegah

Penyebaran Covid-19

<https://japs.ejournal.unri.ac.id/index.php/JAPS/article/view/40>

Apryanti, 2013 : 50) Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin

[Http://Repository.Radenfatah.Ac.Id](http://Repository.Radenfatah.Ac.Id)

Ariyaanti Dkk (2017) Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja

<https://Journal.Budiluhur.Ac.Id>

Cahyono 2016:13 Dampak Negatif
Media Sosial Youtube Terhadap
Perilaku Peserta Didik
<https://jurnal.stitalamin.ac.id>

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein
2020:19 Media sosial <https://sis.binus.ac.id>

Rogers dan Kincaid Cangara 2011:20
Strategi Komunikasi Bagian Protokol Dan
Komunikasi Pimpinan Pemerintah
Kabupaten Bandung Dalam
Mempertahankan Citra Instansi
<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5515/>

Gassing 2016:45 Strategi Komunikasi
Humas Pemerintah Kota
Sukabumi Dalam Menjalin
Relasi Dengan Media.
<https://eprints.ummi.ac.id>