

MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI PEMERINTAH PROVINSI JAWA BARAT

Renata Anisa, Rachmaniar

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
email : renata@unpad.ac.id, rachmaniar@unpad.ac.id.

Abstract

The development of information technology in Indonesia grow rapidly, many institution using digital media to communicate with the public. Internet users in Indonesia on 2017 is 143.26 million. This is in line with the increase of the number of users of social media. To reach a large public, Governments need to use digital media to deliver information and communicating with the public.

The purpose of the research is to describes the information and communication media used by the provincial Government of West Java to communicate with the public and what kind of information which delivered through official media of government. This study uses qualitative methods, with the virtual Ethnography approach by analyzing the information on social media and user interaction in the cyber space. Data collection process is using observation of participation.

The results of the study show that the provincial Government of West Java using official website, social media platform as instagram, facebook, twitter, youtube, and email to communicate with public. The type of information which delivered by official media provincial government of west java are the policy and Government program, tourism information, tax, natural disasters, health, sports, the achievements of the Government, activities, and the special event. Information which delivered through official website are more formal and presented comprehensive. Nevertheless, information delivered through all social media platform is the same information, in a different format.

Keywords : *Media, information, communication, virtual ethnography*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia cukup pesat, untuk menjangkau publik yang luas dan heterogen pemerintah dapat memanfaatkan media digital yang mampu diakses dengan mudah dan cepat oleh masyarakat. Pengguna internet di Indonesia tiap tahunnya semakin meningkat, menurut hasil survei Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII, 2018) dengan judul “Penetrasi dan Perilaku pengguna Internet Indonesia 2017” yang bekerjasama dengan Teknopreneur menyebutkan jumlah pengguna internet mengalami peningkatan 54,7% dari 132,7 juta menjadi 143,26 juta jiwa dari tahun 2016 ke tahun 2017. Menunjuk data diatas terdapat peningkatan yang signifikan jumlah pengguna internet di Indonesia, hal ini seiring dengan peningkatan jumlah

pengguna media sosial, menurut data *The next web* dalam (Liputan 6, n.d.) Indonesia menduduki peringkat ketiga jumlah pengguna facebook dengan 140 juta pengguna.

Selanjutnya, menurut penelitian (we are social, 2018) yang dilansir detik menyatakan ada 130 juta orang Indonesia yang aktif menggunakan media sosial. Data tersebut terangkum dalam laporan yang berjudul '*Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World*' yang dirilis pada Januari 2018. Dari total populasi Indonesia yang mencapai 265,4 juta jiwa, pengguna internet berjumlah 50% dari populasi yaitu 132,7 juta. Apabila dilihat dari jumlah tersebut dapat dikatakan seluruh pengguna internet di Indonesia telah menggunakan media

sosial. *we are social* menyatakan dari 132,7 juta pengguna internet, 130 juta diantaranya adalah pengguna aktif media sosial dengan penetrasi 49%. Data lainnya menyebutkan orang Indonesia menghabiskan waktu untuk menggunakan internet hingga delapan jam 51 menit, dan rata-rata menggunakan media sosial dengan berbagai perangkat hingga tiga jam 23 menit. Media sosial yang disukai orang Indonesia di antaranya adalah Youtube dengan 43%, Facebook dengan 41%, Whatsapp dengan 40%, Instagram 38%, Line 33%, BBM 28%, Twitter 27%, Google 25%, FB Messenger 24%, LinkedIn 16%, Skype, dan yang terakhir adalah WeChat 14%.

Informasi adalah pesan yang disampaikan sumber informasi melalui media tertentu kepada penerima informasi. Sementara komunikasi menurut Hovland dalam (Mulyana, 2003) adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikee). Selanjutnya Miller menjelaskan komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Fungsi komunikasi dalam konteks ini adalah komunikasi instrumental, dimana pemerintah mempunyai tujuan umum yaitu menginformasikan, mengedukasi, menghimbau, mengubah sikap, mengubah perilaku, menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur masyarakat melalui media komunikasi yang digunakan, fungsi komunikasi ini sesuai dengan penjelasan (Mulyana, 2003) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi.

Dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial, berbagai jenis informasi ditemukan setiap detik di media sosial, mulai dari informasi politik, kesehatan, ekonomi, politik, hingga hiburan. Informasi di media sosial tidak melalui *gatekeeper* sehingga informasi tersebut perlu ditelusuri lagi kebenarannya. Kini, media sosial digunakan pemerintah sebagai media informasi dan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Menurut

data Badan Pusat Statistik (Barat, 2017), pada 2017 Jawa Barat memiliki jumlah penduduk 48 juta jiwa. Untuk menjangkau masyarakat di kota dan kabupaten pemerintah provinsi Jawa Barat memanfaatkan platform media sosial.

Menurut (Nasrullah, 2017) terdapat perbedaan interaksi pada media lama dan media baru. Holmes menjelaskan pengguna pada media lama merupakan khalayak pasif dan tidak mengenal satu sama lainnya, sementara pengguna pada media baru berinteraksi dengan pemberi informasi maupun dengan sesama pengguna media lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media informasi dan komunikasi yang digunakan pemerintah provinsi Jawa Barat untuk berkomunikasi dengan publik dan jenis informasi apa saja yang disampaikan melalui media-media tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan etnografi virtual. Menurut (Mulyana & Solatun, 2007) metode kualitatif layak digunakan untuk meneliti sikap, perilaku dalam lingkungan agak artifisial, seperti dalam eksperimen atau survei. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif memfokuskan pada proses dan makna ketimbang kuantitas, frekuensi, atau intensitas. Meskipun dalam hal ini peneliti tetap dapat menggunakan statistik deskriptif di dalam bentuk distribusi frekuensi atau presentasi untuk mendukung analisis data.

Menurut (Nasrullah, 2014) etnografi virtual adalah metode yang digunakan untuk melihat dan mengetahui fenomena sosial dan kultur pengguna di ruang siber. Sebagai sebuah kultur dan artefak kultural, *cyberspace* atau dunia siber bagi peneliti etnografi virtual dapat mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet atau ruang siber. Dalam hal ini peneliti melakukan analisis pada seluruh media komunikasi yang digunakan pemerintah provinsi Jawa Barat, mulai dari website, media sosial instagram, twitter, facebook, dan saluran youtube hingga email resmi pemerintah. Peneliti melakukan analisis terhadap

seluruh informasi yang diunggah melalui media tersebut, dan melakukan analisis terhadap interaksi serta respon antara pemerintah dan pengguna media sosial di ruang siber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Provinsi Jawa Barat menggunakan platform media sosial untuk menyampaikan berbagai informasi kepada 48 juta jiwa masyarakat Jawa Barat yang tersebar di berbagai kota dan kabupaten. Pemerintah Provinsi Jawa Barat menggunakan akun @jabarprovgoid untuk media instagram, twitter, dan facebook. Pemprov Jabar juga memiliki website resmi www.jabarprov.go.id, saluran youtube Jabarprov TV, dan alamat email info@jabarprov.go.id. Pemprov Jabar menggunakan nama akun yang sama untuk beberapa media sosial, sehingga cukup memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi akun resmi Pemprov Jabar. Disamping media sosial, Pemprov Jabar memiliki website resmi www.jabarprov.go.id yang dapat mengakomodasi kebutuhan informasi masyarakat Jawa Barat secara menyeluruh.

Platform Media	Akun Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Jumlah Unggahan	Pengikut/Followers	Aktif Sejak
Facebook	Jabarprovgoid	>500	2,250	2012
Twitter	@Jabarpovgoid	13.088	14.160	2012
Instagram	Jabarprovgoid	1.058	10.400	2015
Youtube	Jabarprov TV	24	300	2016
Website	www.jabarprov.go.id	-	-	2017
Email	info@jabarprov.go.id	-	-	-

Tabel 1. Media Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat

Jika diamati dari seluruh platform media sosial yang digunakan, Pemerintah Provinsi Jawa Barat mampu menjangkau lebih dari dua puluh tujuh ribu netizen, yang terdiri dari media sosial Facebook yang memiliki pengikut/*followers* 2.250 akun, media twitter dengan 14.160 akun, media instagram dengan 10.400 akun, dan media youtube dengan tiga ratus *subscribers*. Melalui beberapa platform media sosial tersebut, Pemprov Jabar mampu menyampaikan berbagai informasi kepada publik, mulai dari kebijakan dan kerjasama pemerintah, informasi pariwisata, pajak, bencana alam, kesehatan, olah raga, prestasi pemerintah, dan berbagai kegiatan pemerintah.

Pada media sosial facebook, informasi disampaikan dalam bentuk tulisan, foto, dan video. Jumlah unggahan mencapai lebih dari lima ratus unggahan. Informasi yang disampaikan adalah kegiatan Pemprov Jabar, informasi anggaran pemerintah, kegiatan pelantikan dan pisah sambut, kegiatan olah raga, penghargaan yang diraih pemerintah, program kerjasama pemerintah, kegiatan sosial dan bantuan Pemprov Jabar. Sebagian besar informasi yang disampaikan adalah program pembangunan daerah, seperti peningkatan pariwisata, pembangunan desa digital, reaktivasi jalur kereta api, tempat wisata di wilayah Jawa Barat, penataan kali dan sungai, program Jabar Juara, serta beberapa program lainnya.

Selanjutnya pada media sosial twitter, Pemprov Jabar menggunakan akun @jabarprovgoid dengan jumlah *followers* 14.195, *following* 752, dan jumlah unggahan/*tweets* 13.100. Akun twitter ini aktif sejak agustus 2012. Informasi yang disampaikan dikemas dalam bentuk tulisan yang relatif singkat dengan tambahan foto atau video sebagai dokumentasi. Informasi yang diunggah adalah kegiatan dan *special event* Pemprov Jabar, program kerja, penghargaan pemerintah, rekor yang dipecahkan Jawa Barat, program kerjasama dengan pihak ketiga, potensi daerah, pekan olahraga daerah, peraturan gubernur, informasi nomor *hotline* dan *channel* untuk pengaduan, tempat wisata di wilayah Jawa Barat, informasi

penerimaan pegawai, pelantikan, dan keluhan warga terhadap kinerja pemerintah Jawa Barat.

Pada media sosial instagram, jumlah *followers*/pengikut akun @Jabarprovgoid mencapai 10.400, dimana setiap informasi yang diunggah pada media instagram dapat menjangkau ribuan netizen, informasi disampaikan dalam bentuk foto dan video. Informasi yang disampaikan melalui media instagram adalah kegiatan dan *special event* pemerintah, program reaktivasi jalur kereta api Jawa Barat, dukungan terhadap kegiatan pemerintah pusat seperti *Asian Games* dan *Asian Para Games 2018*, program pembangunan pemerintah, objek wisata di wilayah Jawa Barat, program Jabar Juara, informasi pajak daerah dan penerimaan negara, jadwal bus damri airport di Bandara Kertajati, alur PPDB 2018, prestasi atlet Jawa Barat, informasi pembuatan KTP elektronik, kesehatan, bencana alam di provinsi Jawa Barat, dan informasi lainnya. Jika dibandingkan dengan media facebook dan twitter informasi pada media instagram terlihat lebih beragam. Sebagian besar informasi yang diunggah pada media instagram adalah informasi tempat wisata di Jawa Barat diantaranya Geopark Ciletuh, Pantai Minajaya, Wisata Paralayang G, Pantai Cibuaya, Dermaga Palabuhanratu dan Pantai Karang Bolong.

Informasi yang disampaikan melalui website memiliki karakteristik yang formal, dimana informasi disampaikan dalam bentuk berita. Terdapat beberapa kategori utama pada halaman utama website, yaitu berita utama, berita OPD, berita daerah, berita umum, dan berita foto. Pada halaman utama terdapat tautan/link untuk mengakses pengelolaan keuangan daerah, siklus barang daerah, sasaran kinerja pegawai, Sakip online, e-Samsat, info lelang, JDIH, informasi harga pangan, tata car permohonan informasi, satu data pembangunan Jawa Barat, infografis Jawa Barat, Agenda Gubernur, wakil gubernur, & sekda, *Government Public Relations*, Saber Pungli, Laporan, perizinan, aduan konten, Geopark Ciletuh Palabuhanratu, PPID Jabar. Terdapat pula kategori info penting dengan konten berita transparansi

anggaran, pengumuman kegiatan, pemberantasan korupsi di Jawa Barat, standar pelayanan, dan informasi penerimaan pegawai. Disamping itu terdapat kategori video dokumenter, berita video, dan *polling*. Secara umum informasi yang disampaikan adalah kegiatan pemerintah provinsi Jawa Barat bersama dengan berbagai *stakeholder*, seperti kegiatan forum Brics di Rusia, kerjasama Pemprov Jabar dengan Republik Bashkortostan, dan rencana kerjasama dengan Bukalapak. Pada rubrik berita utama, informasi yang disampaikan adalah berita Jawa Barat hingga nasional, sementara pada berita OPD adalah informasi mengenai satuan kerja pemerintah provinsi Jawa Barat. Pada berita daerah informasi yang disampaikan adalah kegiatan kabupaten dan kota di Jawa Barat. Informasi pada media website dinilai lebih lengkap dan menyeluruh dibandingkan media sosial instagram, facebook, dan twitter. Terdapat pula informasi kontribusi Jawa Barat terhadap nasional seperti 14.33% kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, 60% kontribusi terhadap PDB sektor industri manufaktur, 34,46% kontribusi penanaman modal asing Jawa Barat terhadap nasional, dan 17,76% produsen beras nasional. Melalui media website, masyarakat mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai Jawa Barat, masyarakat dapat pula mengirimkan pendapat dalam bentuk *voting* dan mendapatkan berbagai informasi Jawa Barat yang dapat disampaikan melalui email secara langsung. Sementara pada media sosial facebook, twitter, dan instagram sebagian besar informasi yang disampaikan adalah kegiatan, tempat wisata, dan *special event* provinsi Jawa Barat.

KESIMPULAN

Pemerintah provinsi Jawa Barat menggunakan beberapa platform untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan publik. Media yang digunakan adalah website resmi www.jabarprov.go.id, email info@jabarprov.go.id, media sosial facebook dengan akun Jabarprovgoid, media sosial twitter @Jabarprovgoid,

media sosial instagram @JabarprovgoiD, dan channel youtube Jabarprov TV. Dengan menggunakan beberapa platform tersebut, pemerintah Provinsi Jawa Barat mampu menjangkau lebih dari 27 ribu netizen, artinya setiap informasi yang diunggah Pemprov Jabar dapat diterima oleh 27 ribu netizen.

Pada media website informasi disampaikan dengan formal dalam bentuk berita. Jenis informasi yang disampaikan adalah tentang Jabar, pemerintahan, info Jabar, layanan, program kerja, kegiatan, kerjasama, serah terima jabatan, kunjungan, infografis, agenda, perizinan, informasi harga pangan, pengelolaan keuangan daerah, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan Jawa Barat. Sementara pada media sosial, facebook, twitter, dan instagram konten informasi relatif sama dengan berbagai format. Pada media facebook informasi disampaikan dalam bentuk, tulisan, foto, dan video. Sementara pada media twitter informasi disampaikan dalam bentuk tulisan singkat disertai lampiran foto atau video. Pada media instagram informasi disampaikan dengan visualisasi foto dan video, dan dikemas dengan lebih menarik, seperti informasi objek wisata Jawa Barat yang dikemas dalam video singkat yang menarik perhatian netizen. Pada media

instagram, informasi objek wisata Jawa Barat lebih dominan jika dibandingkan informasi lainnya, terlihat pula komunikasi antara pengelola media dalam hal ini pemerintah dengan netizen, maupun netizen dengan netizen lainnya.

REFERENSI

- APJII. (2018). Pengguna internet di Indonesia.
- Barat, B. P. S. J. (2017). Peta Jawa Barat. Liputan 6. (n.d.). Negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak.
- Mulyana, D. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Vol. IX)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- We are social, H. (2018). "Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World." Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>.