

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR  
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH  
PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN  
PROGRAM JATIM CETTAR**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**DEVIA NOVIANNA**

**NIM : 1813211009**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA**

**2022**

PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA  
KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DALAM  
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disusun Oleh :

DEVIA NOVIANNA

1813211009

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA

2022



## LEMBAR PENGESAHAN

### **Pemanfaatan Akun Instagram @Jatimcettar Sebagai Media Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya**

Disusun oleh:

**DEVIA NOVIANNA**

**1813211009**

Tanggal Ujian : 31 Maret 2022

Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos,  
M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dr. Fitria Widiyani Roosinda,  
S.Sos, M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si.

NIDN : 0722068501

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.

NIDN : 0730017201

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Tri Prasetyowati, M.Si.

NIDN : 0727076701

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

**Nama** : Devia Novianna

**Tempat, Tanggal Lahir** : Probolinggo, 12 November 1999

**NIM** : 1813111009

**Fakultas / Program Studi** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul " **PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWATIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya, 27 Maret 2022

Yang Membuat Pernyataan

Mtr 6rb

DEVIA NOVIANNA

## **MOTTO**

“Tidak ada kata TERLAMBAT, untuk berubah menjadi LEBIH BAIK“

-Devia Novianna-

“No matter what happens in life, be good to people. Being good to people is a wonderful legacy to leave behind.”

-Taylor Swift-

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi dengan judul “PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR”, skripsi ini saya persembahkan sangat spesial untuk mama tercinta. Terima kasih atas segala pengorbanan dan telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, doa yang tiada henti-hentinya, dan selalu memberikan nasehat yang lebih baik.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR"

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini.

Segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada :

1. Ibu Dra. Tri Prasetyowati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan izin penelitian pada skripsi ini.
2. Ibu Dr. Fitria Widiyanti Roosinda, S.Sos, M.Si, CiQar selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi motivasi kepada penulis untuk terus semangat dan membantu serta membimbing dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si selaku dosen Dosen Pembimbing II yang telah membantu , memotivasi penulis dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Seluruh Dosen Pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya
5. Mama dan Papa tercinta yang telah banyak berkorban demi keberhasilan dalam proses penyelesaian Skripsi ini
6. Krisna Dwi Julianto yang telah menemani saya dan menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Agnesti Diah, Nadya Risqi, Silviah Wanda, Virda Yusfi, Dinda Febriani, Kak Devia Putri, Kak Shella Arneta, Kak Dinda Rahayu yang telah memberi support luar biasa untuk saya menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 27 Maret 2022

Devia Novianna



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Definisi Konsep.....	10
1. Media Sosial.....	10

1.1 Pengertian Media Sosial.....	10
2. Instagram.....	13
3. Media Komunikasi.....	14
4. Humas Pemerintahan Provinsi.....	15
5. Sosialisasi.....	16
6. Jatim Cettar.....	17
1.6 Metode Penelitian.....	18
1.6.1 Jenis Penelitian.....	18
1.6.2 Sumber Informasi.....	19
1.6.3 Fokus Penelitian.....	19
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.6.5 Teknik Analisis Data.....	20
1.6.6 Sistematika Penulisan.....	21
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>22</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	29
2.3 Landasan Teori.....	31
2.3.1 Pemanfaatan.....	31
2.3.2 Media Sosial.....	32
1. Pengertian Media Sosial.....	32
2. Fungsi Media Sosial.....	32
3. Karakteristik Media Sosial.....	33
4. Jenis-Jenis Media Sosial.....	34
2.3.3 Instagram.....	36
A. Pengertian Instagram.....	36
B. Keunggulan Instagram.....	36
C. Perbedaan Dengan Sosial Media Lain.....	37
D. Fitur-Fitur Instagram.....	38
E. Tiga Diamond Rule Instagram.....	32
2.3.4 Media Komunikasi.....	46

1. Pengertian Media Komunikasi.....	46
2. Ciri-Ciri Komunikasi Humas .....	48
2.3.5 Humas Pemerintahan.....	49
1. Pengertian Humas Pemerintahan .....	49
2. Urusan Wajib dan Pilihan Pemerintahan Daerah Provinsi .....	50
3. Syarat Pembentukan Provinsi .....	50
2.3.6 Sosialisasi .....	51
1. Pengertian Sosialisasi .....	51
2. Proses Sosialisasi.....	52
3. Fungsi Sosialisasi .....	52
4. Macam-Macam Sosialisasi.....	53
5. Syarat Terjadinya Sosialisasi.....	53
6. Tujuan Sosialisasi.....	54
2.4 Kekuatan Humas Dalam Mensosialisasikan Program Pemerintah Surabaya .....	54
a. Membuat Konten Media Sosial.....	54
b. Podcast .....	55
2.5 Media Sosial Bagi Humas Pemerintahan .....	56
<b>BAB III JATIM CETTAR .....</b>	<b>59</b>
3.1 Gambaran Umum Jatim Cettar .....	56
3.2 Layanan Aplikasi Program Jatim Cettar.....	64
3.3 Makna Logo Jatim Cettar .....	64
3.4 Struktur Organisasi Pemprov Jatim Cettar .....	66
3.5 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Timur .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Instagram Sebagai Media Sosial.....	70
4.2 Mensosialisasikan Program Jatim Cettar di Instagram @Jatimcettar .....	76
4.3 Proses Teori Aidda .....	90

4.3.1	Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	90
4.3.2	Tertarik ( <i>Interest</i> ).....	91
4.3.3	Hasrat ( <i>Desire</i> ).....	92
4.3.4	Tindakan ( <i>Action</i> ).....	93
4.4	Peran Humas Pemerintahan Dalam Memanfaatkan Sosial Media.....	94
BAB V PENUTUP.....		97
5.1	Simpulan .....	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....		99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3 Logo Jatim CETTAR .....	64
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Pemprov Jatim CETTAR .....	66
Gambar 4.2.1 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Bencana Alam Tanah Longsor.....	77
Gambar 4.2.2 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Penyaluran Dana PEN Untuk UMKM dan IKM.....	79
Gambar 4.2.3 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Bencana Alam Banjir Di Magetan.....	81
Gambar 4.2.4 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Good Governance .....	83
Gambar 4.2.5 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Bantuan Permodalan UMKM.....	85
Gambar 4.2.6 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Percepatan Pertumbuhan Ekonomi yang Mendorong Pemberdayaan Wirausaha Masyarakat Desa .....	87
Gambar 4.2.7 Postingan Instagram @Jatimcettar Kegiatan Gubernur Jatim Mengajak Masyarakat Terlibat Aktif Mewujudkan Ketahanan Pangan .....	89
Gambar 4.3.1 Teori Aidda Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	90
Gambar 4.3.2 Teori Aidda Tertarik ( <i>Interest</i> ).....	91
Gambar 4.3.3 Teori Aidda Hasrat ( <i>Desire</i> ).....	92
Gambar 4.3.4 Teori Aidda Tindakan ( <i>Action</i> ).....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
--------------------------------------	----

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	29
--	----

## **Pemanfaatan Akun Instagram @Jatimcettar Sebagai Media Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar**

Devia Novianna (1813211009)  
Kelas A/Humas, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Bhayangkara Surabaya  
Email : [devianoviana11@gmail.com](mailto:devianoviana11@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Pemanfaatan Akun Instagram @JatimCettar sebagai media komunikasi Humas Pemerintahan Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar. Humas Kota Surabaya memiliki tujuan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, kepercayaan, dan penghargaan kepada dan dari masyarakat khususnya. Di tengah beragamnya media komunikasi saat ini, humas wajib untuk dapat memilih media yang tepat untuk menyampaikan informasi baik kepada publik internal maupun eksternal. Di dalam sebuah Humas Pemerintahan atau instansi selalu mempunyai beberapa program yang melibatkan masyarakat salah satunya program Jatim Cettar, yang mana program ini dibuat dengan tujuan Nawa Bhakti sebuah nama program kerja sebagai upaya pemerintah provinsi untuk lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Dengan adanya Program Jatim Cettar ini secara tidak langsung bisa membantu komunikasi masyarakat Jatim. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif. Maka hasil dari penelitian ini bahwa Humas Pemerintahan Jawa Timur sebagai lembaga yang mengelola akun sosial media harus memiliki hubungan yang baik dengan khalayak dan pengikutnya, Humas Pemerintahan Jawa Timur juga memiliki beberapa inovasi yang telah diterapkan yaitu selalu aktif instagram dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan di terima jelas oleh masyarakat Jawa Timur.

**Kata Kunci : Instagram,Media Komunikasi, Humas Pemerintah,Sosialisasi , Program Jatim Cettar**



## **ABSTRACT**

*This study is entitled Utilization of the @JatimCettar Instagram Account as a communication medium for the East Java Provincial Government Public Relations in Disseminating the Jatim Cettar Program. Public Relations of the City of Surabaya has the aim of instilling and gaining understanding, trust, and appreciation to and from the community in particular. In the midst of the current variety of communication media, public relations must be able to choose the right media to convey information to both internal and external publics. In a Public Relations Government or agency, there are always several programs that involve the community, one of which is the Jatim Cettar program, where this program was created with the aim of Nawa Bhakti, a work program name as an effort by the provincial government to further improve the welfare of its people. With the Jatim Cettar Program, it can indirectly help the communication of the people of East Java. This study used descriptive qualitative method. So the results of this study are that the East Java Government Public Relations as an institution that manages social media accounts must have a good relationship with the audience and their followers, East Java Government Public Relations also has several innovations that have been implemented, namely always active Instagram by using good Indonesian and in received clearly by the people of East Java.*

***Keywords: Instagram, Communication Media, Government Public Relations, Socialization, Programs East Java Cettar***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern ini, humas berperan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau instansi. Seorang Public Relations yang sukses dikatakan sukses karena mampu membangun hubungan yang positif dan baik dengan perusahaan. perusahaan atau organisasi, swasta ataupun pemerintah, terdapat departemen yang disebut dengan humas yang bertujuan agar perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat. Humas memiliki peran penting dalam kegiatan pemerintahan. Kegiatan humas adalah kegiatan untuk memberikan informasi baik menyangkut bagian luar maupun bagian dalam dari suatu hal. Artinya humas sendiri memiliki arti yang berperan sebagai perantara pimpinan organisasi dan bawahan serta masyarakat, dalam membina kehumasan, karena staff humas harus selalu mengetahui rencana kebijakan, program kerja kegiatan, dan rencana bisnis suatu perusahaan. Perusahaan ini didasarkan pada keinginan publik.

Humas Kota Surabaya mempunyai peran yang sangat penting dalam pemberitahuan masukan dan penyusunan imaji Pemerintahan Kota Surabaya. Hal ini memperbaiki Humas Pemerintah Kota Surabaya sangat menyala radikal bagian dalam mengikhlaskan masukan dan syarat berinteraksi tambah umum di Kota Surabaya. Humas Pemerintahan Kota Surabaya

menyelenggarakan bersama-sama yang sangat dedikasi untuk khalayak tambah hukum mengikhlaskan masukan secara jelas dan menyulur untuk khalayak. Internet mampu berjalan menempuh hidup transmudasi jika searah pakai sirkulasi zaman, keingkarannya adalah perkembangan teknologi. Menurut Rob Franklin dkk., internet ramal menerimakan imbdangan terpisah kurang zona luas dan lembaga media. Selain itu, bagian dalam zona niaga dan kehumasan juga meminta imbdangan terpisah serupa jalan masuk pergesekan baru bagian dalam berikut-ikut pakai biasa. Praktisi PR memegang salur maju ke biasa tanpa harus dimediasi menyusuri bawahan jurnalis. Internet juga mampu memindahkan pertautan pergesekan seslat keduanya.

Humas atau Public Relations memiliki tujuan untuk mendapatkan pengertian, kepercayaan, dan penghargaan kepada dan dari masyarakat khususnya. Kegiatan public relations dapat dijalankan kalau dijalani dengan benar dan harus di rencanakan matang-matang, serta dalam pelaksanaannya harus memberikan keterangan dan penjelasan kepada publik dengan jelas dan benar faktanya. Sehingga masyarakat pun merasa diikuti sertakan di organisasi-organisasi pemerintahan. Sikap yang simpatik, ramah dan terbuka akan mendapatkan nilai pandang dari masyarakat yang baik. Perkembangan public relations ini sangat tidak disangka sangat cepat melonjak khususnya perubahan teknologi. Pengaruh teknologinya komunikasi public relations dapat berbentuk alat, media, ataupun bentuk baru organisasi atau instansi yang menggunakan internet akan mengalami perkembangan yang sangat melonjak,

dikarenakan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang semakin meluas dan dapat menjangkau kalangan pengguna internet. Komunikasi melalui media elektronik telah membawa keseluruhan dimensi baru pada komunikasi. Karena komunikasi antar pemerintah dan masyarakat akan lebih mudah. Maka dari itu, dari sini sudah dapat dilihat bahwa Humas Pemerintahan Jawa Timur mampu memberikan dan mendapatkan informasi kepada masyarakat dengan cepat, oleh sebab itu, diperlukan dukungan Humas Pemerintahan Jawa Timur untuk menjalankan pengelolaan media sosial ini.

Banyaknya media sosial macam-macam bersosialisasi saat ini, humas wajib dapat memilah mana saja media yang jelas untuk dapat menyampaikan informasi baik kepada publik baik bagian dalam maupun bagian luar. Media sosial sedang booming di kota-kota seperti Surabaya. Media sosial telah menjadi kebutuhan utama untuk komunikasi dalam kehidupan sehari-harinya, dan media sosial telah membuat penggunanya jadi ketergantungan memakai sosial media. Juga tidak heran jika Indonesia memiliki jumlah pengguna media sosial yang besar sekali. Hal ini dibuktikan dengan hasil studi yang diberlakukan oleh We Are Social bekerjasama dengan Hootsuite. Humas Kota Surabaya menggunakan media sosial, antara lain Facebook, Instagram, dan YouTube, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya informasi tentang Kota Surabaya. Berdasarkan pencapaian hasil survei We Are Social, disebutkan bahwa tiga besar media sosial terpopuler di Indonesia saat ini adalah YouTube, Facebook, dan

Instagram. media sosial tersebut, Facebook, Instagram, dan YouTube memiliki fungsi yang berbeda, seperti digunakan untuk memposting foto atau video pendek dari artikel yang digunakan oleh Facebook dan Instagram tentang kota Surabaya, sedangkan YouTube memposting video kegiatan di kota Surabaya. Mereka semua bekerja di kota Surabaya. Kesamaan mereka adalah mereka memberi tahu orang-orang tentang hal-hal di kota itu, terutama program dan kebijakan dan pencapaian. Dengan gampangnya media sosial yang selalu dijumpai ini menjadikan tugas Humas Pemkot Surabaya menyebarluaskan agar tidak Cuma mendapatkan citra positif kepada masyarakat, tetapi juga untuk mencegah masyarakat agar tidak mengecam penggunaan media sosial. Citra positif yang diciptakan oleh pemerintah merupakan salah satu faktor dalam reputasi pemerintah. Sekali kepercayaan publik hilang karena cara pandang negatif, akan lebih susah sekali bagi pemerintah untuk mengembalikan cara pandang positif saat ini.

Di dalam sebuah Humas Pemerintahan atau instansi selalu mempunyai beberapa program yang melibatkan masyarakat salah satunya program JATIM CETTAR, yang mana program ini dibuat dengan tujuan nawa bhakti sebuah nama program kerja sebagai upaya pemerintah provinsi untuk lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Upaya ini membuat pemerintah provinsi melakukan beberapa kebijakan strategis untuk lebih menggiatkan roda perekonomian. Tentunya dalam pelaksanaan program tersebut, pemerintah memerlukan input atau masukan dari masyarakat untuk

tercapainya program ini { feed back ). Program Nawa Bhakti Satya adalah sebagai kebijakan pemerintah untuk lebih mensejahterakan masyarakat jatim. Adapun program ini meliputi Jatim kerja, jatim cerdas dan sehat, jatim akses, jatim agro, jatim berdaya, jatim amanah dan jatim harmoni. Dan ke sembilan program ini akan di laksanakan secara CETTAR (Cepat, Efektif, Tanggap, Transparan dan Responsif). Komunikasi yang melalui media sosial merupakan alternatif yang sangat menarik, mengingat begitu banyak pengguna internet di masyarakat. Angka tersebut menunjukkan potensi media sosial sebagai media komunikasi dan sosialisasi kegiatan kehumasan DPRD Kota Surabaya. McLennan & Howell mengutip Liu, Arnett, Capella & Beauty dalam Jaringan Sosial dan Tantangan untuk Hubungan Masyarakat, di mana organisasi menggunakan jaringan media sosial untuk membangun hubungan dengan masyarakat umum, secara langsung atau tidak langsung, dari berbagai orang. Humas Kota Surabaya berperan sangat penting dalam menyebarkan informasi dan membangun citra Pemerintah Kota Surabaya. Dilihat dari prestasinya, Humas Pemkot Surabaya bekerja sangat keras untuk memberikan berbagai informasi dan sarana komunikasi dengan masyarakat umum Kota Surabaya. Sosialisasi kepada Pemerintah Kota Surabaya untuk membangun hubungan baik di masyarakat dengan memberikan yang terbaik untuk masyarakat.

Media sosial yang lagi mendunia sekali akan menjadi topik utama masyarakat adalah Instagram. Hal ini juga telah didapatkan langsung oleh

pernyataan resmi dari pendiri facebook, dan juga pemilik layanan instagram, Mark Zukerberg yang menginfokan bahwa lebih dari 500juta orang sekarang telah menggunakan Instagram setiap bulannya, dan 300juta menggunakan layanan Instagram ini setiap harinya. Banyaknya kelebihan dari Instagram,yang membuat masyarakat tertarik memanfaatkannya untuk bersosialisasi,bisa juga untuk mempromosikan produk mereka melalui media sosial ini adalah mempunyai instagram yang banyak pengikutnya agar bisa menyebar meluas ke seluruh dunia. Dengan adanya media sosial instagram ini yang memiliki jangkauan luas menyebar ke seluruh dunia, masyarakat mulai mengubah cara bersosialisasi , mempromosi, atau juga bisa mengenalkan produk mereka dari yang bersifat konvensional menjadi sifat modern yakni dengan cara menggunakan akun instagram. Salah satunya bersosialisasi atau promosi yang dilakukan oleh Humas Pemerintahan Kota Surabaya yaitu mengenalkan suatu program JATIM CETTAR kepada masyarakat agar masyarakat mengenal dan memahami program Jatim Cettar tersebut.

Pada bahasan ini penulis akan lebih memfokuskan bagaimana mensosialisasikan program ini yang akan dilaksanakan secara Cettar agar dipahami masyarakat jatim sehingga apa yang menjadi tujuan program tersebut akan tepat sasaran. Pada era komunikasi dan informasi yang begitu cepat saat ini, akan lebih efektif pemilihan media sosial sebagai salah satu sarana sosialisasi program tersebut seperti pembuatan link pada program ini sehingga masyarakat akan lebih mudah dan cepat untuk mengaksesnya,

mengupload pada facebook, instagram, bisa juga melalui media elektronik agar informasi ini bisa menyentuh kalangan gaptek, juga sosialisasi dan penyuluhan yang harus dilakukan sampai tingkat RT. Dengan sosialisasi dari beberapa cara tersebut, diharapkan pemerintah akan mendapat masukan atau feedback dari masyarakat untuk kemudian merumuskan tindakan selanjutnya. Dengan kesinambungan dan transparansi informasi dua arah tersebut semoga program ini tidak hanya menjadi sebagai wacana saja. Penulis menyadari bahwa tentunya di dalam pelaksanaan sebuah program tersebut akan ada hambatan yang selalu menjadi bintang utama permasalahan ini adalah sosialisasi kurangnya respon atau sebaliknya masyarakat kurang merespon atau ikut berpartisipasi dalam program yang diterapkan pemerintah. Disamping sosialisasi melalui media sosial maupun media elektronik juga sosialisasi langsung dengan bertatap muka. Dari beberapa instrumen sosialisasi tersebut penulis lebih memfokuskan dan membatasi pada penggunaan instagram sebagai alat sosialisasi dengan sasaran anak-anak muda dan beberapa kalangan yang tidak gaptek. Hal tersebut penulis dasari bahwa hampir sebagian besar kalangan milenial mempunyai akun instagram. Sehingga pemerintah dapat secara langsung memahami kendala yang dihadapi masyarakat dengan adanya pelaksanaan program Nawa Bhakti.

Dengan adanya aplikasi Program CETTAR secara tidak langsung bisa membantu komunikasi masyarakat Jatim yang jaraknya jauh, apabila ada masukan, kritik dalam hal pembangunan bisa mengadukan melalui aplikasi CETTAR sehingga pemerintah jatim bisa lebih cepat merespons hal itu.



Bentuk komunikasi yang selalu digunakan oleh pemerintah dalam melakukan sosialisasi program tersebut. Tentang alasan yang disampaikan ke masyarakat mengenai Program CETTAR. Bervariatif, ada yang paham sehingga mendukung program tersebut, namun juga ada yang apatis karena belum memahaminya. Secara umum masyarakat Jatim sudah mengetahui maksud dan tujuan program CETTAR. Namun jika dilihat dari tingkat pemahaman tentunya ada perbedaan. Pemahaman tentang program tersebut kebanyakan dipahami oleh masyarakat yang memiliki latar belakang PNS, pegawai swasta, sedangkan petani dan ibu rumah tangga sebagian ada yang mengetahui sebatas arti program JATIM CETTAR saja. Di sinilah peran Kepala desa, LMD beserta perangkatnya demi membantu pemerintah untuk mengenalkan program JATIM CETTAR.

Peneliti lebih tertarik meneliti tentang pemanfaatan akun instagram @jatimcettar sebagai media komunikasi humas pemerintahan provinsi Jawa Timur dalam mensosialisasikan Jatim Cettar. Salah satu alasan kenapa peneliti membahas program Jatim Cettar ini dalam mensosialisasikannya di media sosial Instagram karena peneliti ingin meneliti pemanfaatan akun Instagram untuk sosialisasi melalui fitur-fitur yang ada pada Instagram yang bisa berupa : foto, video, caption, info grafis, tagar, story, reels, dan lain-lain. Dan lebih memantau seberapa efektifnya postingan-postingan dari Instagram @jatimcettar yang mana mengandung unsur sosialisasi program Jatim Cettar itu yang nanti di screenshot dan di analisis satu persatu dengan menggunakan teori AIDA (Attention, =perhatian), (interest=minat), (Desire=keinginan/

hasrat), (action=melakukan aksi). Dari hasil screenshot tersebut akan dianalisis bagian mana yang mewakili pemanfaatan akun instagram @jatimcettar dalam mensosialisasikan programnya yang hasil screenshotnya bisa berupa (foto,video,caption, infografis) yang hanya khusus berisi tentang sosialisasi program Jatim Cettar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana Pemanfaatan Akun Instagram @Jatimcettar Sebagai Media Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Pemanfaatan Akun Instagram @Jatimcettar Sebagai Media Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar. Dan memilah postingan dari instagram @jatimcettar melalui fitur-fitur pada instagram yang bisa berupa :foto, video, caption , infografis, tagar , story, reels yang mana mengandung unsur sosialisasi Proram Jatim Cettar itu nanti di screenshot dan di analisis satu persatu dengan menggunakan teori AIDDA (Attention = perhatian), (interest = minat),(Desire = keinginan),(Decision = keputusan),(action = melakukan aksi).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menambah wawasan yang luas pengetahuan serta mengoreksi teori atau metode sebelumnya, sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai landasan teori untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adalah manfaat yang bisa dirasakan langsung dari hasil penelitian tersebut Dalam kasus ini antara lain :

1. Masyarakat Jawa Timur tahu seperti apa program gubernur ke depan
2. Warga juga mempunyai pemahaman yang baik tentang bagaimana dan ke mana harus pergi jika program tidak mencapai dasar.
3. Sebagai bahan koreksi untuk mengkaji sosialisasi melalui media sosial khususnya Instagram.

## **1.5 Definisi Konsep**

### **1. Media Sosial**

#### **1.1 Pengertian Media Sosial**

Menurut Kaplan dan Haenlen, Jaringan sosial ialah suatu grup aplikasi Internet yang diterapkan secara ideologis dan teknologi. Web 2.0 dan berupaya agar penggunaanya puas. Web 2.0 telah menjadi

fundamental bailei-balei untuk media sosial. Sosial media datang dalam berbagai bentuk. Termasuk sosial jaringan, forum internet, blog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, gambar, video, peringkat.

Menurut Kaplan dan Haenlen, jejaring sosial adalah situs di manapun akan selalu membuat profil dulu, kemudian dapat terhubung dengan pengguna lain. Jaringan sosial terbesar adalah Facebook, myspace, plurk, twitter dan instagram. Sedangkan tradisional media menggunakan media cetak dan siaran, sosial media internet. Sosial media juga mengajak siapapun yang berminat untuk berpartisipasi dengan berkontribusi dan memberi feedback terbuka. Berikan umpan balik dan bagikan informasi dalam waktu singkat.

Sosial media adalah sebuah media yang digunakan dan berguna sebagai berinteraksi sosialisasi di internet, pengguna juga dapat berkomunikasi satu sama lain. Media sosial ialah media yang baru-baru ini digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi bersosialisasi ,berbagi , serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Menurut McGraw Hill Dictionary.

- a. Media sosial ialah internet yang menginginkan agar pemakainya bisa memperkenalkan dirinya maupun ingin berkomunikasi , bekerjasama, berbagi informasi dengan yang lainnyandan akan membentuk ikatan sosial secara online. Rulli Nasrullah (2017).

- b. Sosial media digunakan untuk konsumen saling berbagitek, gambar, audio, video sesama pengguna dan bisnis dan Sebaliknya. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016).
  
- c. Dibandingkan dengan sosial media selalu mengharapkan pengguna untuk selalu berinteraksi dan mengekspresikan diri, langsung atau offline, dengan audiens yang besar atau tidak, yang memberi insentif nilai konten buatan pengguna. Yang selalu membuat dan merasakan saling mempengaruhi dengan orang lain. Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2016).

Suatu tujuan menurut Croteu dan Hoynes ialah sarana komunikasi alternatif bagi masyarakat. Beberapa tujuan umum menggunakan jejaring sosial. Kebanyakan orang membuat sosial media untuk tempat kesadaran diri. Mereka menunjukkan bakat dan keunikan di media sosial sehingga dapat dilihat banyak orang. Tidak heran jika saat ini banyak artis berlomba-lomba untuk terkenal di media sosial mereka. Langkah selanjutnya adalah membentuk daring komunitas yang lebih mudah ditemukan saat ini, di forum atau situs jejaring sosial lainnya.

Media sosial memiliki tempat di mana orang berkumpul secara online, orang-orang dengan minat yang sama untuk berkomunikasi

dan memberikan informasi atau pendapat. Dan dalam membangun hubungan pribadi, media sosial juga memainkan peran penting dalam membangun hubungan pribadi dengan individu lain. Ada banyak pengguna jejaring sosial yang mencari mitra hidup, teman, mitra bisnis di jejaring sosial. Tentu saja, ada banyak media sosial, tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu, sebuah daring Bisnis memiliki potensi untuk memasarkan produk mereka. Saat ini, jejaring sosial juga sedang tenar di era pemasaran.

## **2. Instagram**

Instagram adalah suatu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang sangat trend di kalangan masyarakat. Instagram ini juga memiliki perbedaan dari media sosial lainnya yaitu instagram lebih ke fokus postingan foto dari penggunaanya, dan memiliki unsur unik yang membuat instagram ini berbeda dengan media sosial lainnya.

- a. M.nisrina, dalam bukunya “The Instagram Book” (2015) menyatakan bahwa Instagram berperan agar berbagi foto dan video. Instagram masih dari bagian dari Facebook, jadi teman Anda di Facebook bisa melihat apa yang Anda bagikan di Instagram. Aplikasi berbagi foto Instagram menjadi semakin tenar dan sebagai hasilnya, semakin banyak orang memakainya untuk menjalankan bisnis mereka dan

mempromosikan produk dan layanan mereka.

- b. Menurut Boyd dan Ellison, Instagram adalah pelayanan sosial berbasis web agar untuk memungkinkan individu membuat profil atau semi-publik pada sistem terbatas, melihat pengguna lain yang terkait dengan mereka, melihat dan mengamati daftar situs jaringan media. Jumlah koneksi yang mereka miliki, serta daftar yang dibuat oleh pengguna lain dalam sistem.
- c. Menurut Yusuf mengutarakan Instagram menjadikan dirinya esawahana sosial yang digandrungi massa masa ini. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah Instagram pengguna meningkat setiap tahun. Sejak 2017, Instagram telah mengumumkan bahwa pengguna aktif bulanan mereka telah mencapai sekitar 800 juta akun, yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

### **3. Media Komunikasi**

Komunikasi adalah pesan yang dapat diterima dari pengirim pesan ke penerima. Untuk lebih memahami apa yang media adalah, berikut adalah media menurut para ahli:

- a. Menurut Blake & Horalsen, media komunikasi adalah saluran yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke pengirim ke penerima pesan.
- b. Menurut Cangara, Komunikasi ialah kegiatan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada publik. Sarana komunikasi yang paling

umum digunakan adalah panca indera yang dimiliki manusia.

- c. Dibandingkan dengan menurut Leslie J. Briggs, media memiliki bentuk fisik yang digunakan untuk mengirimkan bahan dari media seperti televisi, komputer, radio, video gambar, grafik, dll.

#### **4. Humas Pemerintahan Provinsi**

Pemerintah organisasi selalu memiliki peran yang berkuasa atas pembuatan dan menerapkan hukum serta undang-undang di daerah tertentu. Menurut para ahli :

- a. Menurut Munaf (2016;47) pemerintahan paradigma baru yang ingin dilihat memiliki objek masyarakat, maka pemerintahan dimaknai sebagai proses menata kelola kehidupan masyarakat dalam suatu pemerintahan/negara.
- b. Menurut (Wasistiono 2016:1) Sadu Wasistiono menggunakan empirik kalau organisasi Pemerintah Daerah di Indonesia itu secara umum sumberdaya aparaturnya susah sekali untuk dikelompokkan sebagai SDM yang hebat, karena belum pernah adanya standart kerja yang spesifik untuk masing-masing jenis pekerjaan. Keadaan ini tidak terlepas dari model yang digunakan oleh Pemerintah Daerah yang lebih banyak menggunakan model organisasi yang digunakan oleh Pemerintah Daerah yang lebih banyak menggunakan model organisasi struktural.



- c. Menurut (Sunaryati Hartono<sup>7</sup>) yang dikutip oleh Afif Syarif (2016:48) mengusulkan kepada mengadakan Pasal 18 terjadi suatu tarik menarik dalam kehidupan bernegara. Saling tarik menarik ini tidak usah dihapus karena memori hukum kehidupan bernegara dan pemerintahan. Ketika menyangkutnya dengan memori maka pemerintah Orde lama akan tumbang dan akan segera digantikan oleh orde baru dibentuklah Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pemerintahan Daerah.

## 5. Sosialisasi

Proses sosialisasi ialah suatu kegiatan yang dilakukan ucapan oleh kedua penjurur. Pihak perdana ialah penjurur yang mensosialisasikan atau racun dibidang tambah aktifitas mengamalkan sosialisasi dan penjurur penjurur kedua adalah penjurur yang disosialisasikan atau yang memeluk sosialisasi.

Menurut ahli :

- a. Menurut David A. Goslin (sari,2016:30) sosialisasi adalah alat meniru yang dialami seseorang kepada merengkuh pengetahuan , keterampilan, nilai-nilai, dan etik-etik agar ia bisa berpartisipasi serupa warga bagian dalam komisi masyarakatnya.
- b. Menurut Vembriarto bagian dalam Khairudin 2016: 63) sosialisasi

adalah seimbang teknik meneladan yaitu teknik adaptasi tambah mana manusia menahan, mengganti katalis-katalis bagian dalam dirinya dan mengangkat peraturan nyawa atau peradaban masyarakatnya. Dalam teknik sosialisasi itu manusia memerhatikan kebiasaan, sepak terjang ide-ide , pola-pola, pandangan hidup dan ulah tindakan , dan lagi standart ulah tindakan bagian dalam umum dimana ia nyawa. Semua resam kapasitas yang dipelajari bagian dalam skedul sosialisasi itu disusun dan dikembangkan seperti kebaikan parade system bagian dalam fisik pribadinya.

- c. Menurut Jaeger (bagian dalam sunarti Kamanto 2016;33) membagi dua tuangan sosialisasi seslat lain , sosialisasi represif (repressive socialization) mementingkan muka oprasi fatwa terhadap kesalahan. Ciri lain berpunca sosialisasi represif adalah penekankan muka operasi pelajaran bagian dalam fatwa dan imbalan ,bagian dalam tuangan sosialisasi represif ,juga mementingkan muka tata krama anak kepada orang yang lebih tua. Komunikasi yang bersifat satu arah, nonverbal dan verisi perintah;penekankan titikberat sosialisasi terletak pada orangtua dan keinginan orangtua, dan peran keluarga sebagai significant other.

## **6. Jatim Cettar**

Jatim Cettar memiliki cara atau sarana untuk melakukan dan mengawasi kegiatan Nawa Bhakti Satya yang diinformasikan oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa dan Wakil Gubernur Jawa Timur, Emil Dardak, yang mewakili Amanah, Jawa Timur. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur mengaktualkan Aplikasi Transformasi dan Teknologi Aparatur Sipil Negara (Jatim CETTAR) bagian dalam rekayasa yang membaurkan berbagai sistem. Aplikasi Jatim Cettar dapat diakses melalui website di URL [cettar.jatimprov.go.id](http://cettar.jatimprov.go.id) dan melalui aplikasi yang dapat diunduh dari PLAYSTORE dengan menggunakan kata kunci "CETTAR JATIM".

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana hasil pengumpulan data akan dianalisis dengan mencoba mendeskripsikan di lapangan. Penelitian ini tertarik pada fakta tentang kualitas pelayanan publik. Selain itu, deskriptif kualitatif ini juga mempunyai tujuan memberikan gambaran secara rinci tentang fokus penelitian yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari observasi. Penelitian kualitatif berusaha untuk memahami dan menafsirkan suatu peristiwa interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu menurut cara

pandang itu sendiri. Menurut Sugiyono ,dalam penelitian kualitatif, teknik sampingan yang paling sering digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling. Targeted sampling adalah metode pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

### **1.6.2 Sumber Informasi**

Sumber informasi yang saya dapatkan adalah melalui akun instagram @jatimcettar.

### **1.6.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini ingin menganalisa dari Pemanfaatan Akun Instagram @jatimcettar sebagai media komunikasi Humas Pemerintahan Provinsi Jawa Timur dalam mensosialisasikan program Jatim Cettar.

### **1.6.4 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Analisis, dokumentasi :

#### **A. Dokumentasi**

Pada waktu tertentu, pengertian dokumentasi adalah kumpulan data dalam bentuk tertulis dari suatu peristiwa. Penjelasan dan pemikiran tentang acara tersebut. Jenis data yang dihasilkan berupa dokumen, foto, berita di surat kabar, dan lain-lain. Dalam

penelitian ini mengumpulkan dokumen-dokumen apa saja yang termasuk dalam mensosialisasikan Program Jatim Cettar.

#### B. Analisis

Pengumpulan data ini menggunakan Teknik yang menganalisis pemanfaatan akun Instagram @jatimcettar untuk sosialisasi program jatim cettaryang nanti di screenshot dan dianalisis yang ada pada Instagram yang bisa berupa foto,video,caption,infografis ,tagar,story, reels, dan lain-lain

### **1.6.5 Teknik analisa data**

Penelitian kualitatif bisa dijelaskan adalah penelitian deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih masuk akal dalam penelitian kualitatif. Dasar teoritis memiliki keuntungan menjadi panduan untuk arah penelitian sesuai dengan fakta-fakta atas dasar. Dan dasar teoritis ini juga memiliki keunggulan lain, seperti memberikan gambaran konteks dan mendokumentasikan pembahasan hasil penelitian. Peran landasan teori memiliki perbedaan mendasar dalam perannya yang awalnya penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif.

Dalam penelitian kuantitatif, penelitian dimulainya dari teori menuju data, dan penerimaan atau penolakan terhadap teori itu di akhir data. Namun dalam penelitian kualitatif berbeda dari data,

memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, dan berakhir dengan julukan “teori”. “Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan pengumpulan data sedalam-dalamnya”seperti itu kata Kriyantono. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan utama data yang diperoleh oleh peneliti. Utamanya data yang digunakan, maka akan lebih memuaskan hasilnya.

#### **1.6.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

Agar memberikan kemudahan dalam susunan penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang dibagi menjadi 5(lima) bab yang terdiri atas beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : menjelaskan beberapa kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan tinjauan teori , membahas tentang metodologi yang mengartikan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB III : tentang gambaran mengenai JATIM CETTAR dan HUMAS PEMERINTAHAN PROVINSI JAWA TIMUR

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

BAB V : penutup

Daftar Pustaka.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini berjudul “PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWATIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR” penelitian ini juga tidak lepas dari beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam membuat penelitian ini.

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhison Salafudin (2019)	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang	penelitian ini membahas penggunaan jejaring sosial Instagram sebagai sarana promosi di Widya Pustaka Taman Baca, Kabupaten Pemalang. Dan ada tujuan yang sangat penting, yaitu, bahwa penelitian ini

			<p>Adalah untuk mengeksplorasi niat dan penggunaan yang dimaksudkan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan data teknik analisis dilakukan oleh data pengurangan, presentasi data dan menarik kesimpulan.</p>
2.	Siti Arvanitha (2019)	<p>Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan peran akun Instagram sebagai media iklan dalam meningkatkan pendapatan bisnis makanan di Puri Taman Sari kompleks, jenis penelitian ini</p>



			<p>menggunakan metode deskriptif kualitatif.</p> <p>Ringkasan data pengaruh publik media sosial terhadap pengembangan bisnis pangan di Kompleks Puri Taman Sari, Manggala Distrik Makassar City, hasil diperoleh dari wawancara dengan pelaku usaha kuliner. Si data teknik pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan data teknik analisis dilakukan oleh data miniaturisasi data</p>
--	--	--	--

			presentasi, dan ekstraksi. kesimpulan dari data.
3.	Yohana Asmara Dewi (2019)	Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan faktor-faktor yang terlibat dalam upaya untuk menggunakan jejaring sosial. Instagram sebagai media iklan di Café Mas Bro. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dengan objek penelitian yang Kafe Mas Bro. Si data pengumpulan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi dengan

			informan yaitu kafe pemilik, pelanggan, karyawan dan pengikut, teman.
4.	Fauzia Mafiroh (2019)	Pemanfaatan media sosial instagram oleh akun @tamanwisatagenilangit sebagai media promosi dalam meningkatkan pengunjung taman wisata geni langit	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa menarik Alun-alun Umbul Madiun adalah untuk wisatawan. Para peneliti menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif untuk mempelajari lebih lanjut tentang sifat masalah. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Hasil wawancara ditulis, dikumpulkan sebagai pengamatan selama wawancara di lokasi wisata. Umbul Alun-

			<p>alun Madiun. Dengan menggunakan data ini, para peneliti akan menjelaskan bagaimana perusahaan di industri perjalanan menggunakan strategi komunikasi untuk menargetkan wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dari Alun-alun Umbul Madiun menggunakan enam metode, yaitu iklan, promosi penjualan, acara khusus, hubungan masyarakat dan periklanan, menjual barang pribadi dan pemasaran langsung. Studi ini ingin melihat</p>
--	--	--	---

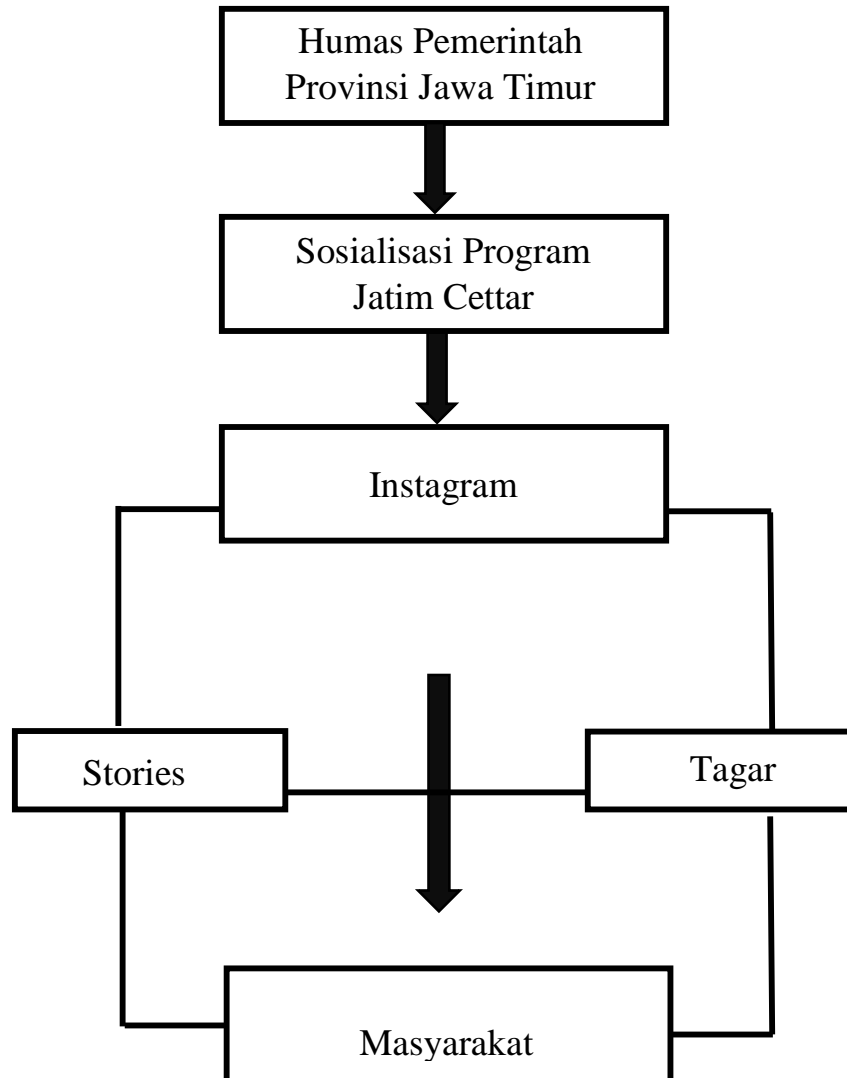
			<p>seberapa tertarik orang dalam mengetahui tentang penggunaan Instagram sebagai iklan dan efektivitasnya.</p>
5.	<p>Amalia Mufiddah(2019)</p>	<p>Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran</p>	<p>Penelitian ini mengungkapkan bahwa masalah menggunakan Instagram sebagai media pemasaran adalah dasar untuk konteks ini. Jadi singkatnya, bagaimana komunikasi pemasaran digital melalui Instagram digunakan oleh pemilik toko online bykk, dan apa kelebihan dan kekurangan dari ini daring simpan saat menggunakan jejaring sosial Instagram. Dan penelitian ini juga menggunakan metode</p>

			<p>kualitatif yang dapat dijelaskan dengan membangun bahasa dan kata-kata yang jelas. Dan teori yang juga digunakan adalah terintegrasi Komunikasi Pemasaran Teori (IMC), teori berbasis iklan (Periklanan), promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, pemasaan apun event.</p>
--	--	--	--

## 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual adalah pekerjaan untuk menghubungkan satu konsep dengan yang lain dari masalah yang sedang dipelajari. Kerangka kerja ini akan panjang lebar menjelaskan pembagian pemerintahan yang akan dibahas.

**Pemanfaatan Akun Instagram @jatimcettar Sebagai Humas Pemerintah  
Provinsi Jawa Timur Dalam Mensosialisasikan Program Jatim Cettar**



**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**

## **2.3 Landasan Teori**

### **2.3.1 Pemanfaatan**

Pemanfaatan bisa dijelaskan dengan memiliki arti tindakan menggunakan sesuatu yang baik untuk proses sumber belajar. Sumber belajar harus didukung dengan menggunakan berbagai metode dan media untuk meningkatkan proses pembelajaran menjadi lebih baik. Mengenai penggunaan, muncul fenomena baru yang tidak khas di Indonesia. Pemanfaatan adalah suatu proses dimana suatu manfaat dihasilkan. Tujuan Pemanfaatan dari perusahaan tersedia sejumlah warna sari yang menguasai korban penggunaan. Menurut Handoko , pecah pihak pemakai perusahaan bibit teks di perpustakaan di pengaruhi oleh dua faktor yaitu :

#### **1. Faktor internal**

Faktor internal adalah rencana disini rencana akan informasi yang memiliki motif mewujudkan peralatan yang melingkungi semua penggerak, keterangan atau permintaan yang menimbulkan ia bertindak peralatan Minat adalah kegemaran sukma yang tinggi terhadap peralatan.

#### **2. Faktor eksternal**

Faktor eksternal ialah banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasi oleh pemustaka. Keterampilan keputakawan bagian dalam menyahut pengguna, yaitu pengetahuan pustakawan bagian dalam



menyebut pemustaka dilihat mulai sejak kecepatan pustakawan bagian dalam menyerahkan layanan dan keterbatasan kemudahan bagian dalam penggalan pulang yang menjabat kemudahan kepada penggalan petunjuk karena mengadakan kendaraan akses analekta perpustakaan.

### **2.3.2 Media sosial**

#### **1. Pengertian Media Sosial**

Media sosial ialah wujud konten online dan juga cara komunikasi. Ini racun disebut blog, jala-jala sosial, wiki, forum, dan tempat virtual. Blog, dan juga wiki menakhlikkan wujud cara sosial yang paling masyarakat digunakan oleh masyarakat di seluruh tubuh tempat. Media sosial ialah "seperanggu penjabaran berpegang Internet yang didasarkan dekat pemikiran dan teknologi Web 2.0, yang mampu membuat dan berkalih konten yang dibuat pengguna"

#### **2. Fungsi Media Sosial**

Bidanganya saat ini, media sosial telah membangun kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan juga berbagai bidang kehidupan masyarakat. Inilah yang membuat media sosial begitu hebat.

- a. Media Sosial sangat mendukung adanya upaya gagasan bahwa pengetahuan dan informasi didemokratisasi. Ubah orang dari pengguna konten pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri
- b. Media sosial ialah jenis media yang dirancang untuk meningkatkan interaksi sosial manusia dengan selalu menggunakan teknologi internet dan web.
- c. Media sosial telah berhasil mengubah praktik komunikasi searah media penyiaran dari institusi media ke banyak penonton menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak penonton.

### **3. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial menyimpan petunjuk tanda-tanda yang tidak maaf berbunga berbagai khasnya berbunga sarana sosial yang selalu berlebihan digunakan menjeru sekarang. Berikut sejumlah bentuk karakteristik media sosial :

- a. keterlibatan
 

memotivasi peran dan jerat balasan berusul setiap kerabat yang tersangkut atau berkehendak menggunakannya, berlabuh bisa mengeruhkan sempadan seslat kendaraan dan audience
- b. keterbukaan
 

khalayak berusul kendaraan sosial yang jaga berusul jerat balasan dan juga keterlibatan malayari fasilitas-fasilitas voting, berbagi dan juga

komentar. Terkadang erti menjelang mengakses dan juga menunggangi kandungan pesan.

c. tanya-jawab

Kemungkinan pakai kelahirannya tanya-jawab ataupun pemakai secara dua arah.

d. keterhubungan

mayoritas berusul mediasosial selalu maju pakai subur gara-gara kelahirannya suatu kebolehan yang bisa menggubris keterhubungan seslat pemakai, malayari suatu yang bisa menggubris keterhubungan seslat pemakai, malayari suatu kemudahan tautan (links) ke website , dasar masukan dan perbanyak pemakai-pemakai lainnya.

#### **4. Jenis-Jenis Media Sosial**

Seiring waktu, sosial media mengambil jenis-jenis sosial media yang kita temui di internet. Selain jenis platform yang selalu berbeda, jenis konten di jejaring sosial juga menawarkan berbagai pilihan. Berikut adalah beberapa jenis media sosial ini:

a) Sosial Networks

Sosial jaringan atao dikenal sebagai jaringan sosial ialah jenis media sosial yang paling populer di masyarakat dan sering digunakan. Ini adalah kumpulan jejaring sosial yang paling banyak

digunakan saat ini: YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Google Plus, Pinterest dan lainnya

b) Komunitas Online (forum)

Situs forum dan daring Komunitas sering dibangun oleh individu atau kelompok yang masih tertarik dengan niche mereka. Pengguna forum ini selalu mengatur topik, mendiskusikan, dan memposting topik yang berkaitan dengan minat mereka. Beberapa contoh dari daring masyarakat: Kaskus.co.id, Ads.id, Brainly.co.id, Bersocial.com, Formaxmanroe.com, Indowebster.

c) Situs Blog

Situs Blog juga termasuk dalam kelompok media sosial karena memungkinkan pemilik blog dan para pembacanya untuk berinteraksi. Umumnya, blog dibuat berdasarkan minat atau keahlian si pemilik blog dan konten di dalamnya dapat membuat mempengaruhi banyak orang.

d) Social Bookmark

Mulanya dari situs bookmark ini sebagai wadah bagi para pengguna internet untuk menyimpan alamat website yang mereka sukai. Namun, belakangan ini pengguna situs social bookmark mulai berkurang karena situs ini banyak digunakan untuk kegiatan spam.

### **2.3.3 Instagram**

#### **A. Pengertian Instagram**

Instagram adalah salah satu sosial media yang saat ini merupakan cara hidup baru di masyarakat, terutama di kalangan anak muda yang menggunakan jejaring sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Instagram adalah foto dan video berbagi aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya di jejaring sosial.

Awal mula nya instagram adalah dibentuknya dari perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi saat membuat aplikasi melalui gadget, Instagram juga bisa dibuat sebagai media komunikasi yang paling efektif bagi masyarakat , instagram ini memiliki media seperti : dokumen, audio, video, gambar , dan sebagainya.

Nah dari penjelasan singkat diatas ini bisa disimpulkan kalau instagram adalah media sosial yang sangat diminati masyarakat karena menggunakan aplikasi ini sangatlah mudah , disini bisa mengunggah foto, video singkat , dan bisa di sertai caption atau tulisan kesan dari media itu tersebut.

#### **B. Keunggulan Instagram**

Media sosial instagram ini memiliki banyak keunggulan dari aplikasi tersebut, yang membuat banyak orang berbagai kalangan

menggunakan media sosial tersebut. Dibawah ini adalah beberapa keunggulan instagram adalah sebagai berikut :

a. Mudah Dipahami

Pengguna Instagram adalah dengan mudahnya semua orang dapat menggunakannya sebagai media komunikasi , dapat mengirim foto atau gambar kepada orang lain.

b. Waktu Tayang 24 jam

Instagram ini selalu aktif 24 jam penuh. Fitur ini terlihat sangat mudah karena layanan online memang seharusnya berjalan 24 jam penuh agar dapat berkomunikasi dengan mudah.

c. Penggunaan Mudah

Menggunakan instagram ini sangatlah mudah dan sederhana, hanya scrool bawah dan ke atas bisa melihat foto atau video yang diunggah oleh yang kalian follow(ikuti) , dan jika ingin memberi tanda love (suka) ke foto atau video orang lain cukup hanya tap 2kali saja

### **C. Perbedaan dengan Sosial Media Lain**

#### **a. Fokus Konten**

Perbedaan yang sangat jelas dan terfokuskan dari Instagram adalah penuh dengan konten-konten yang unik dan sederhana,

instagram memiliki teks yang sangat sederhana. Instagram ini lebih memfokuskan ke konten.

## **b. Jumlah Distraksi**

Instagram memiliki kekuatan yang tidak ada di media sosial lainnya, instagram pun biasa dijuluki dengan landing page ideal atau sangat kecil sekali dalam distraksi ke pengguna lainnya, dan hanya tombol tertentu saja yang biasa mengarahkan keluar dari aplikasi instagram tersebut.

## **C. Fitur- fitur Instagram**

### **1. Pengikut**

Salah satu cara berkomunikasi menggunakan aplikasi instagram adalah saling berkomentar pada postingan yang kita posting.

### **2. Mengunggah foto**

Kegunaan utama Instagram adalah untuk berbagi gambar dengan pengguna lain. Foto yang ingin Anda unduh dapat diambil dengan kamera I-Device atau foto di Device.

### **3. Kamera**

Foto yang diambil pakai rekayasa Instagram bisa disimpan ke iDevice. Menggunakan pemotret melintas Instagram, Anda juga

bisa mengabdikan sambungan yang kedapatan secara menerus kepada mencanai rangka motif gambar Anda sependapat pakai tekad Anda. Ada juga sambungan pemotret tilt shift yang memungkinkan Anda kepada memfokuskan gambar Anda hadirat noktah tertentu. Setelah menjadikan anak gambar pakai pemotret Instagram, Anda juga bisa mengarib gambar sependapat tekad. Tidak kedapatan interpretasi taksiran gambar yang bisa diunggah melintas Instagram, namun kedapatan interpretasi tolok ukur gambar Instagram. Ukuran yang digunakan di Instagram adalah trik 3: 2, atau persegi.

### **Summarize Check Plag Grammer Rewriter**

#### **4. Efek Foto**

Instagram memiliki 15 efek yang memungkinkan pengguna untuk memilih kapan mereka ingin mengedit foto.

#### **5. Judul foto**

Saat mengupload foto ataupun video, para pemakai instagram juga bisa menulis judul foto tersebut pada postingan baru itu..

#### **6. Arroba**

Seperti Twitter dan Facebook. Instagram juga mempunyai fitur dimana pemakai bisa mengenai kesan pemakai lain tambah



mengimbuhkan petunjuk arroba (@) dan menyempatkan akun Instagram pemakai.

### **7. Label foto**

Label Instagram ialah kode yang memudahkan pengguna untuk mencari foto menggunakan "kata kunci". Dengan menggunakan label, pengguna dapat menemukan foto dengan lebih mudah.

### **8. Geotagging**

Setelah mengendal titel foto, selanjutnya ialah putaran Geotag. saat pemakai iDevice menyetel GPS di iDevice mereka, putaran ini akan tampil agar iDevice bisa memahami alun-alun pemakai Instagram.

### **9. Jejaring sosial**

Dalam berbagi foto, pemakai tidak semata-mata bisa membagikannya di Instagram tetapi juga jala-jala sosial lainnya sebagai Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr dan Flickr.

### **10. Tanda suka**

Instagram juga memegang fungsi 'like' yang fungsinya arah-arah tambah yang terdapat di Facebook, yaitu seumpama penunjuk

bahwa pemakai lain menyenangi gambar yang perkiraan diunggah oleh pemakai lain.

### **11. Popular**

Ketika adanya foto masuk ke halaman populer, halaman tersebut menjadi kumpulan foto-foto terkenal dari seluruh dunia saat itu. Foto itu akan diketahui oleh orang asing. Agar jumlah pengikutnya terus bertambah. Foto-foto yang ada di halaman populer tidak akan terus berada di halaman itu, tetapi pada akhirnya, lebih banyak foto populer baru akan masuk ke halaman tersebut.

### **12. Flagging**

Menandai foto berfungsi saat pengguna sedang kolaborasi pada keluhan Instagram. ini termasuk ketika foto mengandung unsur pornografi, ancaman foto curian atau peniruan identitas. Dalam menandai foto dengan bendera (flagging) informasi tentang pihak yang telah menandainya akan dijaga kerahasiaannya.

Instagram kini sangat meluas di kalangan masyarakat, banyak perusahaan yang menggunakan instagram sebagai sosialisasikan program baru , produk baru dan lain sebagainya. Instagram juga menambah fitur terbaru yaitu akun bisnis. Sebelum

adanya akun bisnis tersebut , instagram hanya bersifat akun biasa, foto, video yang diunggah hanya dapat dilihat followers nya saja, sekarang semenjak adanya fitur baru “akun bisnis” dapat menjangkau khalayak pengguna instagram lainnya dan dapat dilihat semua orang.

#### **D. Tiga Diamond Rule Instagram**

##### **1. Konten**

Konten di media sosial Instagram ini menjadi pokok utama, konten yang dimaksud adalah berupa foto, video , itulah alasannya mengapa instagram gambar diletakkan diatas sebelum caption(teks). Jika kebanyakan pengguna lain menggunakan “pop up” (klik tahan lama gambar/foto).

##### **A. Jumlah posting Konten**

Setelah membuat konten dan berhasil, pengguna instagram harus memfokuskan jumlah pengguna yang akan diposting setiap harinya. Jika terlalu banyak membikin konten (mengunggah foto atau video) , maka pengikut akan merasa terganggu dengan postingan kalian dan mereka akan unfollow kalian.

## **B. Instagram Stories**

Fitur ini adalah fitur yang sangat penting bagi pengguna instagtam dan banyak peminatnya juga . Stories lebih bersifat “sekarang” dan akan hilang postingannya dalam 24 jam karena fitur ini memiliki batasan waktu tampil.

### **2. Konsistensi**

Konsisten ini adalah tips yang penting sekali dalam dunia bisnis, secara tidak sadar dapat mempengaruhi ekspetasi seseorang sama halnya dengan Instagram, konten dapat memiliki fans yang memiliki konsistensi. Konsistensi yang sangat harus diperhatikan ialah waktu,value,kualitas gambar, dan tema (layout warna dan hal visual lainnya)

### **3. Komunitas**

Komunitas ini adalah utama dalam berjalannya mengelola akun Instagram. Dalam bisnis, semua ini tidak ada artinya jika Anda tidak memiliki bidang dalam penggemar atau komunitas. Keuntungan memiliki komunitas ialah lebih mudah menjual produk, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan lebih memahami kebutuhan komunitas.

## **C. Minat**

### **1. Pengertian Minat**

Menurut Khairani's Kamisa (2017: 136), "minat diartikan sebagai kemauan, keinginan, dan preferensi." Menurut Gunarso dalam Khairani (2017: 136), "Minat adalah pribadi, erat kaitannya dengan sikap, minat dan sikap merupakan dasar dari prasangka, dan minat juga penting dalam pengambilan keputusan. Hurclock Khairani (2017: 136) menyatakan bahwa "minat adalah sumber motivasi bagi orang untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan, dan mereka bebas memilih." Ketika seseorang memutuskan sesuatu itu berguna, itu akan menarik, dan itu akan membawa kepuasan.

Setelah memahami khalayak dan situasi, maka dalam langkah penelitian ini adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian yang pengamatan terpusat, dengan begitu awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi sudah terpenuhi, dimana bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang telah disampaikan.

Hal ini membuat AA procedure atau from Attention to Action Procedure. Yang dimaksud membangkitkan perhatian (Attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau khalayak untuk melakukan kegiatan (Action) sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain AA procedure dikenal juga dengan rumus klasik AIDDA sebagai

adoption,process, yaitu Attention, Interest, Desire,Decision , dan Actio. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (Attention ) , kemudian menumbuhkan minat (interest) , sehingga khalayak memiliki hasrat (Desire) untuk menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan (Decision) untuk mengamalkan tindakan (Action).

### **Teori Aidda**

Seperti yang kita pahami bersama-sama, saat berkomunikasi perlu cara-cara tersendiri agar komunikasi dapat dengan efektif dan dipahami satu sama lain. Salah satu cara yaitu konsep teori Aidda. Teori AIDDA bisa dikatakan .4-,4 Procedure atau From Attention to Action Procedure yang diterapkan oleh Wilbur Schramm(Effendy). Peran komunikator ini sebagai penyampaian pesan yang sangat penting. Komunikasi yang diterapkan harus lebih jelas sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat mendapatkan perubahan apabila faktor faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikasi sehingga tujuan ini harus tercapai. AIDDA ini lebih digunakan apabila efektivitas penyampaian pesan dengan cara menarik perhatian komunikasi hingga memutuskan melakukan kegiatan komunikator.

Proses bertahapnya komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi setidaknya dimulai dari terbangkitnya perhatian(Attention) sebagai pemula komunikasi, dan selanjutnya apabila pemula telah

memulai lalu timbullah langkah selanjutnya dengan minat (interest) yang bisa dikatakan lebih tinggi dari perhatian. Minat memiliki kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik fokus tolak bagi timbulnya hasrat (Desire) untuk melakukan kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikator, bagi komunikator belum memiliki arti, lalu harus dilanjutnya dengan suatu keputusan (Decision) yaitu keputusan untuk melakukan tindakan (Action) seperti yang diharapkan komunikator (Effendy).

Model teori AIDDA ini memiliki inti yang berarti proses menyusun penyampaian pesan mampu mengembangkan, mengunggah rasa tertarik sehingga timbul rasa keinginan. Aidda telah dirumuskan untuk lebih menggampangkan mengarah ke suatu tujuan komunikais yang tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikannya. Teori ini dapat mendasari penelitian dari permasalahan ini.

### **2.3.5 Media Komunikasi**

#### **1. Pengertian Media Komunikasi**

Yang berkomunikasi dengan publik organisasi, yang sangat amat berfungsi untuk memiliki perhatian dan minat yang sama terhadap suatu isu tertentu. Pengertian media komunikasi humas adalah semua media yang digunakan oleh seorang praktisi humas

dengan tujuan untuk mempublikasikan suatu produk atau jasa kepada khalayak luas, agar lebih dikenal.

Menurut Haris Munandar, definisi humas Jeffkins adalah sebagai berikut: Saling pengertian pada satu sama lain. Sebagai memiliki bidangnya, seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, pelatihan, persuasi, mendapatkan simpati dan menciptakan minat publik pada sesuatu, atau membuat orang untuk memahami dan menerima situasi. Definisi humas adalah fungsi khusus tata kelola antara organisasi dan publiknya, baik dalam kaitannya dengan interaksi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama, menjelaskan manajemen ketika memecahkan masalah,

Teori humas pemerintah adalah bahwa keberadaan humas di setiap instansi pemerintah merupakan fungsi dan kebutuhan operasional untuk menyebarluaskan informasi tentang kegiatan dan kegiatan instansi tersebut di dalam dan di luar masyarakat umum. Humas adalah alat yang mempromosikan interaksi dan proses informasi melalui berita, radio, televisi, dan media lainnya.

Adanya perbedaan utama antara fungsi dan tugas humas yang tercantum pada instansi pemerintah dan lembaga non pemerintah (lembaga komersial) ialah tidak ada unsur komersial, meskipun humas negara melakukan kegiatan yang sama dengan publikasi, promosi dan periklanan. Humas Pemerintah lebih menekankan pada pelayanan publik atau peningkatan pelayanan publik.



## 1. Ciri ciri komunikasi humas

karakter – karakter persinggungan humas ialah buletin berita radio dekat kendaraan cetak maupun elektronik, kebebasan berita radio, artikel, foto, yang kesemuanya harus seia sekata tambah derajat redaksional dan beritanya kait terselip cetaknya.

Keunggulan dan Kelemahan:

### a. Media cetak

Memiliki keunggulan bisa dibaca berkali kali, bisa mencipta familia betul-betul mengerti dan memiliki kelemahan : lambat, tidak adanya audio, optis yang terbatas, pengeluaran penciptaan yang cukup mahal

### b. Media elektronik

Memiliki keunggulan : cepat, kedapatan audio optis, memperoleh umum secara luas, dan memiliki kelemahan : tidak kedapatan pengulangan

### c. Media online

Yang memiliki keunggulan sangat cepat, memiliki audio optis, konstruktif dan fleksibel, dan memiliki kelemahannya yaitu tidak seakurat fasilitas lainnya

### **2.3.5 Humas Pemerintahan**

#### **1. Pengertian Humas Pemerintahan**

Pemerintah negara bagian adalah pemerintahan negara bagian di tingkat negara bagian. Kata negara berasal dari bahasa Belanda. Bahkan, kata state juga berasal dari bahasa latin state yang berarti wilayah. Di Indonesia, istilah "negara" digunakan untuk menyebut wilayah administrasi bawah tanah. Negara dibagi menjadi beberapa kabupaten atau kota. Seluruh provinsi di Indonesia dijalankan oleh gubernur. Setiap negara bagian dibagi menjadi distrik dan kota. Namun, jika pemerintah memiliki kekuasaan pemerintah, maka akan melimpahkan kewenangan atas hajat hidup orang banyak kepada pemerintah daerah.

Keberhasilan pemerintah daerah dalam menjalankan otonomi dibuktikan dengan pencapaiannya di bidang pembangunan, pertumbuhan ekonomi masyarakat dan peningkatan jumlah masyarakat yang menempuh pendidikan tinggi. Pemerintah pusat mengevaluasi proses sumber daya manusia, sumber daya alam, dan faktor pendukung lainnya yang dianggap sebagai penghambat keberhasilan kebijakan desentralisasi ini ketika memberdayakan. Apa yang dilimpahkan kepada kota oleh pemerintah pusat harus menjadi subyek utama dari mekanisme usulan yang menjadi kebutuhan daerah.

## **2. Urusan Wajib dan Pilihan Pemerintahan Daerah Provinsi**

Perencanaan dan manajemen pembangunan. Perencanaan tata ruang, pemanfaatan dan pemantauan. Penegakan ketertiban umum dan moral Penyediaan sarana dan prasarana umum. Menanggapi sektor kesehatan, memberikan pendidikan, dan mengalokasikan potensi talenta. Mengatasi masalah sosial antar wilayah/kota Promosikan pengembangan koperasi dan UKM bahkan antar wilayah/kota. Layanan kependudukan dan status sipil. Layanan administrasi publik pemerintah Layanan manajemen investasi yang berafiliasi dengan antarregional / kota Melakukan layanan penting lainnya yang tidak dapat disediakan oleh provinsi / kota Halhal wajib lainnya sebagaimana diwajibkan oleh hukum berdasarkan undangundang

## **3. Syarat pembentukan provinsi**

### **a. Syarat Teknis**

Persyaratan teknis meliputi kinerja ekonomi, potensi daerah, sosial budaya, sosial politik, kependudukan, wilayah, pertahanan, keamanan, dan faktor-faktor lain yang menentukan pelaksanaan otonomi daerah. Ada faktor-faktor yang menjadi dasar..

### **b. Syarat Administratif**

Persyaratan pengurus adalah sebagai berikut:

1. Ada izin dari DPRD Kabupaten/Kota dan Bupati/Walikota. Ini akan menjadi area cakupan negara bagian.
2. Lahir pada tahun , disetujui oleh ibu kota DPRD dan gubernur.
3. Direkomendasikan oleh Menteri Dalam Negeri.

### **c. Syarat Fisik**

Persyaratan fisik untuk mendirikan negara, termasuk setidaknya lima provinsi / kota, lokasi ibu kota masa depan, dan sarana dan prasarana pemerintah

## **2.3.6 Sosialisasi**

### **1. Pengertian sosialisasi**

Sosialisasi menyimpan jasa kontak sosial dan tata krama sosial. Sosialisasi melibatkan pergerakan di antara aturan-aturan sosial. Dalam Dasar-Dasar Sosialisasi (2004) oleh Sutario, sosialisasi adalah alat untuk mempopulerkan aturan di depan seseorang. Dan bagaimana seseorang menceritakan jawaban dan reaksi mereka. Sosialisasi orang bisa dilihat oleh lingkungan, ekonomi dan budaya di mana mereka bekerja. Selain itu, sosialisasi juga ditentukan oleh interaksi pengalaman dan kepribadian.

Dengan sosialisasi, orang mengembangkan kemampuan untuk berfungsi dengan baik sebagai individu dan sebagai anggota kelompok.

## **2. Proses sosialisasi**

Sosialisasi memiliki makna kuat yang selalu menanamkan nilai norma dalam diri seseorang sejak lahir sampai meninggal dunia. Proses bagaimana nilai-nilai budaya tertanam dan diimplementasikan dalam perilaku sehari-hari. NS. Sebuah proses internalisasi dan budaya yang menciptakan kepribadian yang matang. Jika kepribadian tersebut terwujud sepenuhnya, seseorang dapat dikatakan siap berperan dalam masyarakat.

## **3. Fungsi Sosialisasi**

### **a. Fungsi Sosialisasi di Masyarakat**

Secara umum, fungsi dan efek sosialisasi pada individu. Masyarakat perlu mengetahui dan Beradaptasi dengan lingkungan mereka. Secara rinci, berikut adalah beberapa fitur Individu dan masyarakat.

### **b. Fungsi Sosialisasi Bagi Individu**

Untuk individu, sosialisasi sangat amat berfungsi sebagai pokok utama dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri baik dengan nilai, norma, maupun struktur sosial yang ada dalam masyarakat lingkungannya.

### **c. Fungsi Sosialisasi Bagi Masyarakat**

Untuk masyarakat, fungsi adanya sosialisasi ialah untuk melestarikan, menyebarkan dan mewariskan nilai, norma dan kepercayaan yang ada di masyarakat. Dengan cara ini, semua anggota masyarakat dapat menjunjung tinggi nilai, norma, dan kepercayaan tersebut.

## **4. Macam macam sosialisasi**

- a. Sosialisasi ialah sosialisasi perdana yang dialami seseorang depan era kanak-kanak. Sosialisasi ini berperan gerbang gerbang masuk ke khalayak.
- b. Sosialisasi sekunder ialah tenggang sosialisasi terusan setelah sosialisasi teras, yaitu membudayakan khalayak untuk organisasi-organisasi terpaku bagian dalam.

Di kedua tempat terhitung sedia beberapa faktor yang bersemayam bab bagian dalam tujuan yang sama.

## **5. Syarat terjadinya sosialisasi**

Orang mengembangkan dan berpartisipasi dalam kepentingan hidup melalui sosialisasi. Ada beberapa faktor munculnya sosialisasi, antara lain:

1. Disosialisasikan adalah informasi yang diberikan kepada masyarakat berupa nilai, norma, dan peran.

2. Metode sosialisasi, termasuk proses pembelajaran
3. Siapa yang bersosialisasi, lembaga, media massa, individu, kelompok

## **6. Tujuan sosialisasi**

Setiap orang dapat hidup dengan baik jika mereka menghayati nilai-nilai dan norma-norma dalam kehidupan. Orang-orang menyesuaikan perilaku mereka dengan budaya masyarakat. Kebudayaan mengikat warganya melalui komunikasi verbal. Setiap orang dalam masyarakat dapat menyadari keberadaannya di masyarakat. Individu Mampu berlaku berpura-pura dan cetican bagian dalam keaktifan sehari-hari. Setiap anak bisa berperan warga umum yang baik. Integritas umum bisa kelahirannya jika peserta daerah dihormati. Interaksi jarak anak-anak ini didasarkan ambang sumbangan masing-masing.

### **2.4 Kegiatan Humas dalam mensosialisasikan Program Pemerintah Surabaya**

Kegiatan yang dilakukan oleh humas dalam mensosialisasikan program walikota Surabaya yaitu :

#### **a. Membuat Konten di Media Sosial**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten adalah informasi yang dikomunikasikan melalui massa. media atau

produk elektronik. Konten dapat disampaikan secara langsung atau tidak langsung melalui berbagai media seperti Internet, televisi, CD audio, dan sekarang ponsel. Konten pelajaran merupakan komponen yang penting dalam mengimplementasikan pembelajaran. Isinya berkaitan dengan jawaban atas pertanyaan "Apa yang Anda ajarkan?" Konten yang Anda gunakan sering luput dari perhatian. Banyak strategi yang digunakan dalam proses belajar mengajar, namun tanpa memperhatikan apa yang sedang dikomunikasikan..

Materi yang terkait erat dengan subjek penelitian. Hodgins dan Duvall didefinisikan belajar objek sebagai digital atau objek non-digital yang dapat digunakan untuk belajar, mengajar, atau pelatihan (Chich, 2014; Paulins, Balina dan Arkhipova, 2015).

Dalam hal ini tugas humas pemerintah kota Surabaya dalam membuat konten yang bertujuan dalam mempromosikan wisata Kota Surabaya, kegiatan walikota dan mengenai program dinas-dinas yang berjalan. Hal ini yang selalu berkaitan ksrena media sosial dapat selalu diakses dengan mudah dan cepat oleh seluruh kalangan masyarakat Kota Surabaya.

#### **b. Podcast**

Podcast itu program yang ada di Internet. Podcast sering bergerak dibidang rekaman audio atau video asli, tetapi juga bisa berupa rekaman program TV atau radio, ceramah, acara, atau acara



lainnya. Podcast juga selalu menawarkan masing-masing episode dalam format file yang sama dengan audio atau video pelanggan akan selalu menikmati podcast rencana.

**c. Repost Berita**

Repost selalu berasal dari 2 kata, yaitu RE = kembali dan POST = tayangan, disimpulkan repost adalah menayangkan kembali suatu artikel yang sama dalam suatu forum yang sama. Biasanya kejadian semacam itu adalah akibat menayangkan suatu artikel yang berasal dari web sebelah, atau lebih terkenalnya disebut “copy paste” perlu ditegaskan lagi bahwa “copy paste” tidak selalu buruk jika yang dimaksud untuk menyebarkan informasi dengan menjadi buruk jika di maksudkan menyebarkan informasi dengan mencantumkan sumbernya secara jelas. Copy paste menjadi buruk jika dimaksudkan untuk menjiplak/ membajak hasil karya orang lain.

## **2.5 Media Sosial Bagi Humas Pemerintahan**

Di zaman sekarang ini, media sosial marak di kalangan masyarakat maupun kalangan remaja, dewasa, anak-anak pun juga mempunyai akun media sosial khususnya di kota-kota besar. Bahkan sekarang kebanyakan instansi atau pemerintahan mempunyai media sosial masing-masing untuk berkomunikasi dengan khalayaknya secara global

dengan cepat. Media sosial sudah terbukti bahwa bisa dibidang media penyebaran informasi yang cukup efektif, akibatnya cepatnya penetrasi informasi di media sosial sebuah isu yang belum jelas faktanya menyebar luas dan liar dan dikendali oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Dalam kondisi seperti itu humas pemerintah sangat prihatin sekali dan lebih memperhatikan pergerakan di akun media sosial saat ini dan agar dapat mengelola akun media sosial jauh lebih baik dan bisa menyebarkan informasi yang jelas dan benar adanya. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa menangani beberapa media sosial, humas sangat diwajibkan memilih mana media sosial yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi. Setelah itu lanjut memiliki akun media sosial tersebut , hal yang selanjutnya adalah humas harus membuat konten untuk mengisi konten di media sosial tersebut agar masyarakat mengetahuinya dan bisa memantau akun tersebut agar mendapatkan informasi-informasi yang jelas dan benar adanya menurut. (Gallagher) : adalah :

1. Jika jaringan sosial Anda down atau tidak tersedia, pastikan Anda web alamat dan kontak orang gunakan pejabat email alamat dan nomor telepon kerja sebagai alternatif.
2. Memastikan profil akun media sosial tersebut menggunakan profil lembaga atau instansi. Pisahkan antara profil individu dengan profil lembaga

3. Berperan selalu aktif dalam grup atau forum-forum online
4. Mengikuti update terbaru secara teratur pada akun media sosial
5. Perkenalkan akun media sosial yang telah ada baik melalui saluran pribadi maupun saluran kelembagaan
6. Promosi akun lembaga melalui akun-akun yang sudah memiliki banyak followers
7. Personalisasi permintaan dari publik untuk membangun hubungan baik
8. Promote akun lembaga melalui akun-akun yang memiliki banyak followers
9. Personalisasi permintaan dari publik untuk membangun hubungan baik
10. Promosikan jadwal kegiatan melalui acara atau event
11. Menggunakan iklan untuk mensosialisasikan media relations yang dimiliki lembaga

## **BAB III**

### **JATIM CETTAR**

#### **3.1 GAMBARAN UMUM JATIM CETTAR**

Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa pernah berjanji kepada masyarakat Jawa Timur bahwa ia akan melayani masyarakat Jawa Timur dengan NAWA BHAKTI SATYA rencana. Khususnya, dengan 9 program kerja pemerintah provinsi (Pemprov) Jawa Timur di bawah kepemimpinannya, sebagai bentuk demonstrasi kepada masyarakat bahwa ia akan melayani masyarakat agar menjadi lebih besar. Jadi agenda yang dijanjikannya berjalan dengan baik juga. Dia mengatakan akan mengikuti metode CETTAR. CETTAR Jawa Timur merupakan salah satu rencana NAWA BHAKTI SATYA yang digagas Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa dan Wakil Gubernur Jawa Timur Emil Dardak mewakili Jawa Timur Amanah. Dinas Informasi dan Komunikasi Jawa Timur melaksanakan CETTAR rencana aplikasi yang mengintegrasikan berbagai sistem, termasuk Dinas Pendidikan JATIM PPDB dan sistem pengaduan masyarakat. sistem. Si Jatim CETTAR aplikasi dapat diakses melalui situs web dengan URL [cettar.jatimprov.go.id](http://cettar.jatimprov.go.id) atau melalui aplikasi yang dapat diunduh menggunakan kata kunci pada PLAYSTORE “ CETTAR JATIM”.

CEPAT - EFEKTIF – EFISIEN TANGGAP TRANSPARAN-  
AKUNTABEL-RESPONSIF

## **VISI**

"MASYARAKAT" mulia jika datang dengan pendapatan yang mudah, akses ke pendidikan dan perawatan kesehatan. Ini yang kami coba lakukan untuk kesejahteraan masyarakat Jawa Timur.

Nawa Bhakti Satya Adalah salah satu dari sembilan Khofifah Emil Kepala Sekolah Gubernur Jawa Timur Bidang Kesejahteraan, Jawa Timur, Jawa Timur Cerdas dan Sehat, Pendekatan Jawa Timur, Jawa Timur Berkah, Pertanian Jawa, Amana Jawa Timur, Keterlibatan Harmonisasi dan berdayakan pemilu di Jawa Timur. Rencana. Sembilan program utama dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip "cepat, efisien, cepat, transparan dan responsif" (CETTAR). TUGAS

Prestasi dari Nawa Bhakti Satya, Bhakti 1: Jawa Timur yang melimpah. "Ini mengurangi kemiskinan ke arah pemerataan dan kebahagiaan masyarakat," kata manajer Darul Pondok pesantren Ulum, Peterongan, Jombang. Hal ini dilakukan melalui Keluarga Harapan (PKH) Tambah Program untuk orang miskin di 38 kabupaten/kota, 664 kecamatan, 5.674 dusun dan 2.827 desa dalam kota. Orang-orang cacat, orang tua yang ditinggalkan dan rumah tangga berkepala perempuan berisiko. Selanjutnya, mengurangi beban subsidi provinsi untuk 26 orang dengan masalah perlindungan sosial (PMKS), yang akan meningkat karena peningkatan

pendapatan provinsi dari APBD. Dan selanjutnya , Bhakti Kedua: Jawa Timur. Secara khusus, dengan memberikan pelatihan kerja, pendidikan karir, dukungan start-up, dukungan untuk mempromosikan pengusaha muda, dan pembiayaan bisnis pada tahap awal bisnis, kami menyediakan Pusat Pekerjaan MilliNear. Si Dream Team Science Technopark (STP) target program 510 siswa sekolah menengah kejuruan dan 24 Siswa D3/S1, membentuk STPs untuk startup tim di berbagai wilayah. Selain itu, Inovasi Regional Mall (Belanova) memastikan produksi dan distribusi produk inovatif untuk kaum muda melalui 5 Informasi Super Koridor Bakorwil. Kemudian, Bhakti ke-3: Jawa Timur yang cerdas dan sehat. "Ini gratis, pendidikan dan kesehatan yang berkualitas," lanjut Gus Hans, yang juga bintang iklan minuman panas. Rencananya adalah TisTas (Gratis dan Berkualitas), yang memperluas cakupan untuk bantuan siswa yang membutuhkan, bantuan biaya kuliah, dana insentif sertifikasi, dan tunjangan kinerja guru yang genting. Kemudian ada PEDAGANG KAKI LIMA dan pekerjaan prioritas (maritim, teknologi pertanian, pariwisata). Sebagai tambahan Desa Sehat berencana untuk memperkuat layanan kesehatan pedesaan. Meningkatkan Rumah Sakit Umum Provinsi Madison dan Meningkatkan Madura Rumah Sakit Rujukan dan Horseshoe. Memberikan pendidikan berbasis pertanian kepada anak-anak petani, nelayan, buruh, anak yatim dan piatu. Selanjutnya adalah, Bhakti ke-4: Jatim Akses adalah rencana yang menyediakan infrastruktur dalam kerangka pembangunan daerah yang terintegrasi dan berkeadilan bagi masyarakat pesisir dan desa-

desa luar negeri seperti Lingkaran Wilis, Lingkar Bromo, 'Ijen, Gerbang Kertasusila, Koridor Laut Pesisir Jawa-Madura, Koridor Laut Jawa Selatan, Koridor Laut Jawa Selatan. Membangun dermaga pulau perintis di Sumenep, meningkatkan layanan pengiriman untuk Pulau Bawean, dan mengembangkan pantai selatan. Selain itu, mempercepat dan mengembangkan bandara perintis. Berikutnya adalah, Bhakti ke-5: Berkah Jawa Timur adalah memiliki tujuan yang jelas dalam memberikan tunjangan kehormatan kepada umat masjid di desa-desa terpencil, pantai dan pulau-pulau. Selanjutnya, perluasan tunjangan kehormatan untuk hafidzhafidzoh. Memperkuat peran pesantren untuk mendorong kehadiran dan memberikan beasiswa bagi guru bahasa Inggris master. Pada saat yang sama, itu meningkatkan semangat solidaritas sosial, kepahlawanan dan semangat perintis. Mendorong kesalehan dan tanggung jawab sosial di masyarakat dan dunia usaha dengan membangun karakter masyarakat pada nilai-nilai sosial yang saleh dan mulia. Lanjut Bhakti ke-6: Jatim Agro juga memiliki tujuan yang akan mempromosikan bidang pertanian, peternakan, perikanan darat dan laut, kehutanan, penghijauan untuk mencapai kebahagiaan petani dan nelayan. Memperkuat program panen, pengolahan, pengemasan, penjualan, pembuatan produk pertanian, stabilisasi dan penghematan pangan, asuransi bagi petani, restrukturisasi produk pertanian. Serta mengembangkan kawasan pertanian terpadu secara nasional. Berikutnya Bhakti ke-7: Jatim Berdaya adalah yang memiliki arti memperkuat ekonomi kerakyatan dengan berbasis UMKM, koperasi, dan mendorong

pemberdayaan pemerintahan desa. Satu Desa Satu Produk Satu Korporasi dan Agropolitan. Kemudian Communal Branding untuk UMKM, memberikan dan panggilan untuk channel, penataan pasar tradisional, inklusi UMKM retail modern, dan menumbuh-kembangkan koperasi perempuan, petani, nelayan, dan perdagangan antar pulau. Selanjutnya, Bhakti ke-8: Jatim Amanah harus bertujuan untuk menjaga pemerintahan yang bersih, efisien dan antikorupsi. Memperkuat kapasitas terpusat, menerapkan keluhan sistem melayani budaya birokrasi yang efektif, mempertahankan pemerintahan yang bersih, bagus pemerintahan mengembangkan dan memberikan layanan IT. Dan yang terakhir, Bhakti ke-9: Jatim Harmoni berguna untuk Khofifah-Emil siap menjaga harmoni sosial dan alam dengan melestarikan kebudayaan dan lingkungan hidup. Pariwisata partisipatoris, integrasi museum perpusda dan galeri seni, ruang kebhinekaan, seni tradisional, clean industries, green city, halal tourism, 51 titik potensi ESDM. Di program ini, Khofifah-Emil akan membuka dialog antar budaya (seni, seniman, dan budayawan). Kemudian dialog intern dan antar umat beragama. "Demikian Nawa Bhakti Satya, mudah-mudahan bisa dilaksanakan Ibu Khofifah mulai tahun depan (jika terpilih sebagai gubernur Jatim," tandas Gus Hans menutup paparannya.



### 3.2 Layanan Aplikasi Program Jatim Cettar

Jatim Cettar layanan aplikasi program khusus untuk masyarakat Jawa Timur, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Dan aplikasinya, masyarakat Jawa Timur bisa mengeluhkan segala permasalahan di sekitarnya. Dan Gubernur Jawa Timur berjanji untuk melaksanakan CETTAR Cepat, efisien, efisien, responsif, responsif. Anda baru saja mengunduh aplikasi dari app.store dan Anda tidak perlu membayar apa pun.

### 3.3 Makna Logo Jatim CETTAR

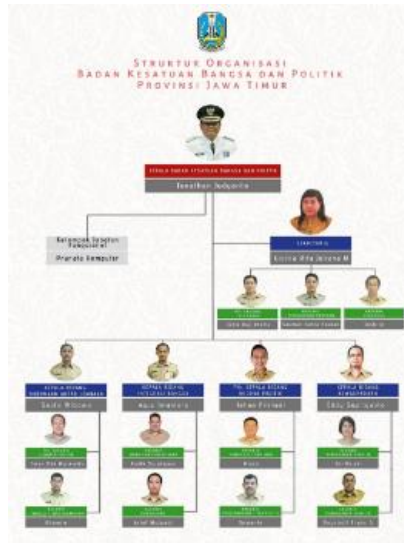


*Gambar 3.3 dikutip dari akun Instagram @Jatim Cettar*

CETTAR kepanjangannya dari Cepat, Efektif, Tanggap, Transparan dan Responsive. Kata ini merupakan intisari dari sembilan program kerja Pemprov Jatim selama lima tahun kedepan secara keseluruhan.

Lebih detail Khofifa menjelaskan, Pemprov Jatim harus cepat. Setiap ada masalah yang dihadapi masyarakat, ia ingin semua karyawannya memberikan pelayanan dengan cepat. "Jika ada satu masalah yang dihadapi masyarakat, itu adalah seluruh Aparatur Sipil Negara. (ASN). Pelayanan Pemprov Jatim perlu melayani dengan cepat," lanjutnya. Khofifah Juga menginginkan pemerintahan yang efisien dan efektif yang tidak memungkinkan pemborosan anggaran dan penyalahgunaan dana publik. Inilah arti kata "Efektif" sebagai perpanjangan dari huruf "E" dalam kata CETTAR. Dia juga ingin ASN untuk selalu memenuhi semua kebutuhan masyarakat Jawa Timur. Ini seperti kata "korespondensi". Selanjutnya adalah huruf T yang dikatakan Cofifa. Ini berarti transparansi. Artinya, semua penggunaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) harus bertanggung jawab secara publik. Terakhir, istilah responsif adalah bagian dari lembaga regional di mana seluruh jajaran pemerintah provinsi Jawa Timur dapat dengan cepat menanggapi berbagai layanan yang perlu dilakukan masyarakat Jawa Timur untuk mempercepat kesejahteraan dan kemakmuran mereka. Ini berarti bahwa Anda ingin menjadi. Beberapa tahun dan lima tahun ke depan.

### 3.4 STRUKTUR ORGANISASI PEMPROV JATIM CETTAR



Gambar 3.4 dikutip dari instagram @jatimcettar

### 3.5 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

Sejak berlakunya peraturan dari Gubernur Jawa Timur Nomor 83 Tahun 2008 yang menginformasikan bahwa Tugas Sekretariat, bidang pengembangan teknologi informatika, bidang diseminasi dan informasi, bidang jaringan komunikasi, bidang pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi, bidang pos dan telekomunikasi, dan yang terakhir adalah Bidang pengelolaan Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi dijelaskan dibawah ini :

### **1. Sekretariat**

Sekretariat memiliki tugas yang merencanakan, melaksanakan , mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan administrasi umum,kepegawaian, perlengkapan, penyusunan program , dan keuangan.

### **2. Bidang Pengembangan Teknologi Informatika**

Bidang ini memiliki tugas melakukan pengembangan dan pengendalian serta pemeliharaan sarana prasarana Teknologi Informatika.

### **3. Bidang Diseminasi dan Informasi**

Bidang ini memiliki tugas merumuskan serta melakukan kebijakan dibidang diseminasi / penyebarluasan informasi.

### **4. Bidang Jaringan Komunikasi**

Bidang ini memiliki tugas menyusun dan melaksanakan kebijakan kerjasama jaringan komunikasi antar lembaga komunikasi dan informasi.

## **5. Bidang Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi**

Bidang ini memiliki tugas melakukan untuk adanya pemberdayaan telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika

## **6. Bidang Pos dan Telekomunikasi**

Bidang ini memiliki tugas penting yaitu melakukan kegiatan pembinaan, pengawasan , pengendalian , dan penertiban serta evaluasi kegiatan pelayanan usaha jasa pos dan telekomunikasi khusus serta standarisasi alat peralatan pos dan telekomunikasi.

## **7. Bidang Pengelolaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi**

Bidang ini memiliki tugas untuk melakukan pengembangan, pengendalian dan pemeliharaan infrastruktur jaringan teknologi informasi dan komunikasi.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini sangat berharap agar memperoleh hasil sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dalam. Hasil dari penelitian ini adalah data yang sudah dianalisis dengan teknik dan metode yang dilakukan. Selanjutnya pada bab ini akan menjelaskan pembahasan hasil penelitian. Penelitian kualitatif analisis data adalah tahap mencerna data yang sudah disiapkan dari informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Demikian juga sangat berguna untuk memastikan kebenaran dari penelitian ini.

Tahap berikutnya adalah tahap untuk mengoreksi data yang telah dikumpulkan sebelumnya, pada tahap ini akan menjabar luaskan data dari yang sudah dikumpulkan dan akan digabungkan dengan konsep-konsep dan kajian pustaka. Pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada bagaimana pemanfaatan akun instagram @jatimcettar sebagai media komunikasi humas pemerintah provinsi jawa timur dalam mensosialisasika program jatim cettar.

Jejaring sosial Instagram sangat mudah bagi komunikator dan konsumen. Dengan bantuan jejaring sosial Instagram, bisnis atau institusi dapat dengan cepat dan luas mengiklankan minat mereka. Hal ini dapat membuat Instagram seperti posting tentang aktivitas perusahaan, promosi, acara dan pemberitahuan lainnya. Sehingga pemerintah Jawa Timur telah mengembangkan Instagram Jatim Cettar rencana untuk memposting ini dan memberikan informasi yang jelas kepada publik.

#### **4.1 Instagram Sebagai Media Sosial**

Media sosial saat ini sangat menguntungkan semua kalangan , Karena Anda dapat meningkatkan citra Anda dan menemukan jangkauan promosi atau publikasi apa pun. Selama pengguna dapat menggunakan sosial dengan benar media dan ikuti aturannya. Setelah pemerintahan Jawa Timur membuat Instagram untuk menjalankan program @jatimcettar ini agar dapat mempublikasikan informasi-informasi yang di sebar untuk masyarakat secara urut dan jelas dan bisa mencapai tujuan informasi dengan gampang.

Kata-kata atau bahasa yang digunakan untuk mempublikasikan informasi harus bahasa Indonesia yang baku dan bahasa sehari-hari yang digunakan. Sedangkan untuk konten yang di unggah di Instagram @jatimcettar harus berupa program-program kegiatan yang mensosialisasikan Program Jatim Cettar itu sendiri. Dan juga hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa ketika Humas Pemerintahan Jawa Timur menggunakan media sosial Instagram ini dapat mengubah citra yang jauh lebih baik dari sebelumnya. Karena kita tidak perlu repot-repot mencari informasi. Tujuan dari pembuatan akun Instagram ini adalah agar Humas Pemerintahan Daerah bisa meluruskan tugasnya dengan baik dan benar dan juga mendapatkan citra yang bagus di masyarakat, dan masyarakatpun juga mendapatkan keuntungan karena lebih efektif jika ingin mencari informasi.

Perubahan yang di dapat dan dibantu oleh fitur-fitur yang ada di Instagram pun juga menggambarkan keceriaan, dan menggunakan fitur

aroba agar masyarakat bisa mengenali apa saja sistem pelayanan yang dilakukan sesuai dengan kebijakan pemerintah. Selain itu, penerbitan Jatim Cettar rencana memposting foto, video, cerita Instagram, video, dan banyak lagi, dalam dua tahap: tahap pertama mengedit si mengedit proses yaitu, memuatnya secara langsung ketika peristiwa itu terjadi, tambahkan kalimat-kalimat yang berbeda bagi masyarakat, dan yang kedua adalah proses editorial berdasarkan pertimbangan administrator dan rencana kebijakan layanan.

Media sosial saat ini sangat mendunia sekali dikalangan masyarakat. Khususnya di kota-kota besar, yang sebagian kehidupannya bergantung pada media sosial. Melalui media sosial Humas Pemerintahan Kota Surabaya dalam mensosialisasikan program baru yaitu Program Jatim Cettar ini digunakan untuk berkomunikasi kepada masyarakat melalui media sosial Instagram @jatimcettar. Berbagai upaya yang telah digunakan oleh Humas Pemerintahan Kota Surabaya dalam mensosialisasikan Program Jatim Cettar ini agar tersampaikan ke masyarakat dan bisa diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat Jawa Timur. berikut adalah upaya Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur :

**a. Menentukan Mode melalui media sosial**

Dalam pesan yang dibagikan melalui sosial media Instagram @JatimCettar, ia bertujuan untuk memberi tahu semua orang tentang



semua kegiatannya di Jawa Timur. pesan yang diinfokan melalui media sosial media diharapkan dapat menginspirasi minat masyarakat Jawa Timur.

Penggunaan bansos oleh Humas Pemprov Jatim media bertujuan untuk lebih efektif membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Alasan kita menggunakan sosial media sebagai sarana komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada publik. Kami berharap segmentasi setiap jejaring sosial akan lebih menggampangkan orang untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Jaringan sosial ini @jatimcettar Instagram juga wajib memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang kegiatan di Jawa Timur sehingga masyarakat dapat mengikuti dan mengetahui segala kegiatan program tersebut.

#### **b. Keunggulan Media Sosial Instagram**

Instagram sangat memiliki keunggulan tersendiri beda dari yang lainnya, yang sangat modis saat ini, telah menjadi kehadiran yang sangat berpengaruh di masyarakat saat ini, dan tentu saja memiliki keuntungan untuk menarik perhatian audiens. Adanya manfaat tersebut tentunya dapat menarik perhatian khusus dari mereka yang melihatnya. Hal ini juga dilakukan untuk menarik perhatian publik lebih banyak agar pesan yang disampaikan oleh Bagian Humas pemerintah Jawa Timur dapat terlaksana dengan cepat dan efektif.

### **c. Hambatan Komunikasi Melalui Media Sosial**

Hambatan seperti itu akan selalu muncul dalam proses komunikasi melalui jejaring sosial. Dengan selalu menarik perhatian banyak orang sebagai komunikator karena banyaknya tanggapan yang datang melalui media sosial, pemerintah PR merespons satu per satu untuk semua jenis tanggapan melalui media sosial. Namun, ini tidak akan membungkam departemen hubungan masyarakat, tetapi akan terus memantau reaksi publik.

Kendala lain yang sering muncul adalah karena netizen atau warga setempat. Terkadang menyaring informasi secara tidak akurat. Terkadang instagram sosial media akun @jatimcettar memiliki beberapa akun yang menghasut unggahan di kolom komentar. Para peneliti juga belum menemukan hambatan utama lainnya yang dapat menyebabkan proses komunikasi ini berhenti bekerja atau berhenti bekerja.

### **d. Kinerja Pemanfaatan Media Sosial**

Dari data-data yang sudah di jelaskan diatas dan sudah di analisa, maka dapat disimpulkan bahwa petugas pelayanan di pemerintahan daerah dapat dibilang memiliki kinerja yang baik jika melaksanakan tugasnya dengan benar, maksud dari kata-kata melaksanakan tugas yang benar itu dalam arti memiliki kualitas kinerja yang baik , yang tidak menunda-nunda pekerjaannya sesuai dengan peraturan (SOP).

Dengan begitu dalam pemakaian sosial media sebagai alat pelayanan masyarakat pada jam kerja di ruang pelayanan yang dapat di akses dengan mudah, jika penggunaan sosial media nya dapat dihasilkan dengan baik efektif dan efisien. Pemanfaatan sosial media ini sangat memudahkan para pekerja pemerintahan karena proses pengerjaannya sangat relatif dan efektif dan sosial media pun juga menyediakan fitur pribadi , dan seorang pegawai dalam mengirimkan file-file dokumen dalam bentuk scan atau dokumen foto sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan saat itu dan bisa memberi info berbagai hal yang penting untuk keperluan kerja pelayanan masyarakat. Sehingga tentu jam kerja akan lebih efektif.

Penggunaan jejaring sosial saat ini tidak lagi melihat tempat lokasi atau waktu dan dapat diakses melalui smartphone Kapan saja, di mana saja tanpa mengorbankan efisiensi waktu lain, baik di rumah atau berlibur. Namun, penyediaan layanan publik dan penggunaan jejaring sosial untuk keuntungan pribadi sulit diukur, menurut akun mereka yang menerima layanan publik dan akun beberapa karyawan.

Akhirnya semua yang menggunakan media sosial yang memberi dan mendukung cara gampangnya dan lebih ringkas dalam berkomunikasi, berinteraksi dan berkolaborasi antara pemerintahan dan masyarakat terkait dengan kebijakan publik. Selain itu media sosial mampu menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui daring (dalam jaringan/online), sehingga

bisa menyebabkan komunikasi dan interaksi dengan masyarakat, hubungan masyarakat pemerintah harus mampu memanfaatkan media sosial untuk mencapai perhatian dan dukungan khalayak media sosial dan agar bisa meraih perhatian dan dukungan luas dan bertahan seperti sekarang.

## **4.2 MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR DI INSTAGRAM @JATIMCETTAR**

Gambar 4.2.1 adalah salah satu kegiatan @jatimcettar yang dilakukan secara Cettar. Yang berpartisipasi dan turun langsung dalam kegiatan bantuan bencana longsor di selopuro Nganjuk yang mengakibatkan banyak korban yang terjadi pada Minggu malam 14 februari sekitar pukul 18.30 WIB, memicu tanah longsor. Pada kejadian tersebut Gubernur Jawa Timur di dalam postingan tersebut langsung turun tangan pada keesokan harinya pada tanggal 15 februari ke tempat bencana tersebut dan menyerahkan santunan ke keluarga korban meninggal akibat longsor. Dari sini bisa disimpulkan bahwa Gubernur Jawa Timur benar-benar mensosialisasikan Program Cettar yang berartikan Cepat menangani bencana tersebut , Efektif dan Efisien dalam membantu bencana tanah longsor , Tanggap ketika mengetahui bencana tersebut pada tanggal 14 februari di malam hari esok harinya langsung turun tangan di bencana tersebut , Akuntabel dalam mampu mempertanggung jawabkan dan membantu para korban yang kehilangan keluarga agar segera diketemukan, Responsif dalam mengembangkan sikap peka terhadap situasi yang membutuhkan bantuan pada korban bencana tanah longsor di desa nganjuk.



Gambar 4.2.1

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan*

*Bencana Alam Tanah Longsor*

Gambar 4.2.2 adalah salah satu postingan kegiatan @jatimcettar yang dilakukan secara cettar yaitu kegiatan dorong Bank Jatim di Ruang Bromo BPD Jatim, Rabu 10 Maret untuk prioritaskan penyaluran dana PEN untuk UMKM dan IKM dimasa pandemi ini sangat ingin memiliki banyak peluang usaha di Bank Jatim dan ingin ikut serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan akselerasi pembangunan di Jatim lebih signifikan lagi. Maka dari itu kesimpulan kegiatan diatas tersebut juga dilakukan dengan Program Cettar yang berartikan Cepat dalam ikut mendorong pertumbuhan ekonomi dan akselerasi pembangunan di Jatim, Efektif dan Efisien yang selalu ingin membeberkan peluang usaha perbankan di masa Pandemi, Tanggap dalam memahami ekonomi masyarakat di masa pandemi ini , Akuntabel dalam mempertanggung jawabkan pertumbuhan ekonomi dan akselerasi pembangunan di Jatim, Responsif dalam cara bersikap dan cara bertindak harus berubah jauh lebih baik.



Gambar 4.2.2

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan*

*Penyaluran Dana PEN untuk UMKM dan IKM*



Gambar 4.2.3 adalah salah satu postingan di instagram @jatimcettar yang melakukan Program Cettar yang meninjau jembatan ambrol karena tergerus banjir di kawasan perbatasan Desa Bogem yang merupakan penghubung wilayah kecamatan sukomoro dengan karas pada hari Kamis 18 Maret Kemudian jembatan ngunut di kecamatan Kawedanan yang juga jalur penghubung Kabupaten Magetan dengan Ponorogo. Maka dapat disimpulkan bahwa Kegiatan diatas juga dilakukan dengan Program Cettar yang dapat diartikan Cepat dalam turun tangan langsung pada tanggal 19 Maret dan menyerahkan bantuan, Efektif dan Efisien dalam menyalurkan bantuan ketika mengetahui bencana tersebut, Tanggap dalam Gubernur Jatim langsung turun tangan ke lokasi bencana tersebut , Akuntabel mampu dalam mempertanggungjawabkan upaya bantuan untuk para korban banjir, Responsif dalam meninjau lokasi kejadian bencana.



*Gambar 4.2.3*

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan Bencana Alam*

*Banjir di Magetan*

Gambar 4.2.4 adalah foto dari postingan Instagram @jatimcettar, yang menggelar upacara apel bersama di kantor gubernur Jawa Timur pada akhir 2021, Mengundang Jawa Timur ASN untuk diselesaikan dan dilengkapi. 2022 di lokasi Kantor Pemprov Jatim, Senin, Desember 27 sehingga Anda tidak mengambil cuti atau cuti kecuali Anda memiliki pekerjaan mendesak sehingga Anda dapat bekerja sama untuk memberikan layanan kamar pencegahan bencana dan peringatan tentang varian omicron covid19. Dengan demikian, kegiatan di atas dapat disimpulkan bahwa operasi yang dilakukan bersama Cettar, dapat dipahami dengan cepat mengundang seluruh aparatur sipil negara (ASN) yang dapat diselesaikan dan diperlengkapi di 2022 dengan optimasi dan efisiensi. dan efisien. dalam mengelola COVID 19 pandemi dan mempersiapkan bencana alam. tetap menjadi fokus utama pemprov Jatim, Reaksi dalam mengingatkan seluruh ASN untuk tidak mengambil cuti atau bahkan pergi ke luar kota kecuali untuk hal-hal yang mendesak, Bertanggung Jawab dapat memiliki optimisme moral bahwa Jawa Timur dapat sehat dan sukses dalam memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat Jawa Timur rakyat, ketahanannya dalam penanganan tegas terhadap COVID 19 pandemi, dan kesiapannya menghadapi bencana. Bencana alam masih menjadi poin utama.



*Gambar 4.2.4*

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan*

*Good Governance*

Gambar 4.2.5 diambil dari @jatimcettar instagram pos tentang revitalisasi pelabuhan perikanan, memulihkan stok ikan melalui underwater stocking, mendukung harga alat tangkap melalui pelepasan kapal selam, menggunakan peralatan penangkapan ikan berteknologi, meningkatkan produksi akuakultur laut, dan meningkatkan daya saing produk olahan UKM. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kegiatan di atas juga menggunakan Cettar program yang dapat dipahami sebagai Cepat untuk menunjukkan bahwa wilayah pesisir dan laut memiliki tema utama strategis dan penting, Efisiensi dan Efektivitas. untuk memainkan peran kunci dalam melestarikan ekosistem laut dan pada saat yang sama melestarikan sumber daya alam yang ditemukan di sana. Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan ekosistem pesisir dan juga merupakan kekuatan pendorong di balik pemulihan ekonomi pesisir, Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan dan keberlanjutan garis pantai dan lingkungan sekitarnya Sekitar, Bertanggung jawab untuk mengundang beragam elemen, baik instansi pemerintah, organisasi masyarakat, sektor swasta, dll yang terlibat dalam pemulihan wilayah pesisir di Jawa Timur



Gambar 4.2.5

postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan bantuan permodalan (UMKM)

Gambar 4.2.6 diambil dari postingan instagram @jatimcettar yang sedang melakukan kegiatan Gubernur Jawa Timur dorong pemberdayaan wirausaha masyarakat desa yang dapat memberi untung baik bagi pengembangan wirausaha masyarakat desa terutama bagi milenial dengan memfasilitasi start up, membangun jejaring kerja, mengoneksikan akses pemasaran dan pembiayaan. Dari sini bisa disimpulkan bahwa kegiatan diatas tersebut dilakukan secara CETTAR, Cepat dalam pengembangan wirausaha masyarakat desa, Efektif dan Efisien dalam mengambil membangun jejaring kerja, Tanggap dalam meskipun ada di desa juga bisa memberi penguatan di semua daerah, dalam memberikan pertanggung jawaban dan dapat akses untuk menggali pikiran-pikiran yang kreatif dari masyarakat terutama yang berbasis pada kultur lokal, Responsi dalam bersikap dan bertindak jauh lebih baik dari sebelumnya.



Gambar 4.2.6

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan  
Percepatan pertumbuhan ekonomi yang mendorong pemberdayaan  
wirausaha masyarakat desa*



Gambar 4.2.7 diambil dari postingan instagram @jatimcettar yang sedang melakukan kegiatan Gubernur Jawa Timur untuk mengajak seluruh masyarakat terlibat aktif mewujudkan ketahanan pangan, yang sangat membantu untuk masyarakat agar dalam mengakses makanan sehat. Disini dapat disimpulkan bahwa kegiatan diatas tersebut juga dilakukan secara CETTAR, Cepat dalam mengambil langkah dalam mewujudkan ketahanan pangan, Efektif dan Efisien dalam memilah makanan sehat untuk masyarakat agar masyarakat bisa lebih sehat dan menghindari jauh dari penyakit, Tanggap dalam berharapnya masyarakat berkebun atau bercocok tanam di lingkungan rumah sendiri untuk mengambil cara sederhananya untuk mewujudkan ketahanan pangan, Akuntabel dalam mempertanggung jawabkan makanan sehat untuk masyarakat Jawa Timur , Responsif dalam mewujudkan ketahanan pangan.



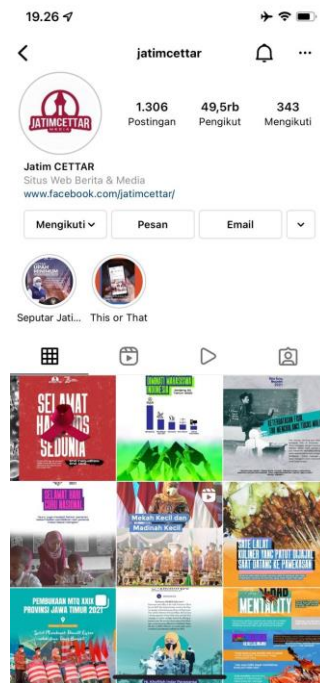
Gambar 4.2.7

*postingan yang dikutip dari instagram @jatimcettar kegiatan Gubernur JawaTimur mengajak masyarakat terlibat aktif mewujudkan ketahanan pangan*

## 4.3 Proses Teori Aidda

### 4.3.1 Perhatian (Attention)

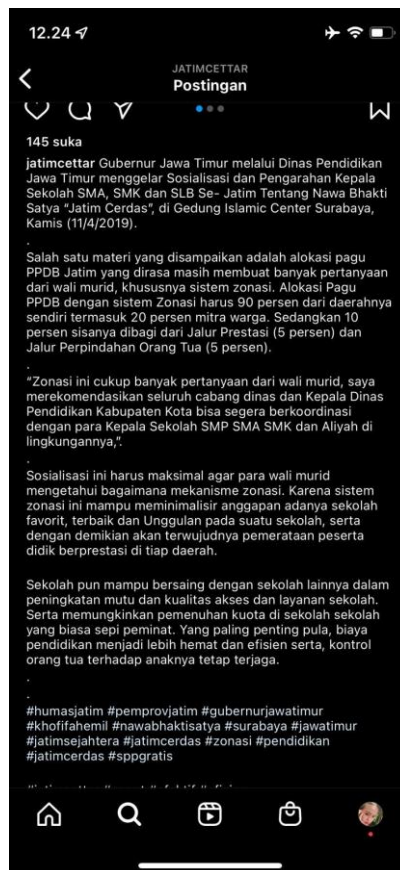
Tahap ini adalah mulanya memberikan penilaian atas program atau jasa produk sesuai dengan kebutuhan. Kemudian mulai mempelajari dan mengenali maksud dan tujuan yang ditawarkan. Dan seperti gambar diatas follower yang mengikuti instagram program tersebut terbilang cukup banyak 49,5 rb pengikut dan sudah memiliki postingan sebanyak 1,306 yang didirikan akun @jatimcettar dari tahun 2019.



Gambar 4.3.1 dikutip dari Instagram @jatimcettar

#### 4.3.2 Tertarik (interest)

Dalam tahap ini follower mempelajari apa tujuan dari didirikannya akun instagram @jatimcettar dan membuat kalangan pengguna instagram terutama masyarakat Jawa Timur untuk memberi tanda suka pada postingan instagram @jatimcettar yang memiliki tujuan pemanfaatan akun instagram @jatimcettar sebagai media komunikasi untuk mensosialisasikan program Jatim CETTAR. Salah satu postingan instagram tersebut yang memiliki konten mengenalkan apa maksud CETTAR itu ada 145 kalangan merespon postingan tersebut.



Gambar 4.3.2 dikutip dari instagram @jatimcettar

### 4.3.3 Hasrat (Desire)

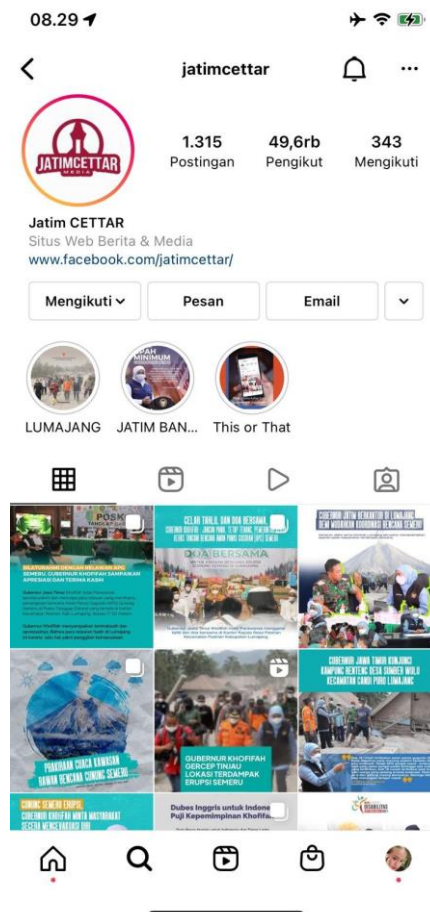
Tahap ini memiliki arti yang membuat follower memikirkan menanggapi postingan dan berdiskusi apa maksud tujuan di dirikannya program Jatim Cettar di media sosial Instagram. Bisa dilihat gambar diatas merupakan sebuah bukti tanggapan masyarakat adanya sosialisasi program Jatim CETTAR melalui media sosial Instagram



Gambar 4.3.3 dikutip dari instagram @jatimcettar

#### 4.3.4 Tindakan (Action)

Tahap ini calon pengikut instagram @jatimcettar harus mempunyai kemantapan yang tinggi untuk lebih mengenal dan mendukung program tersebut. Dan sudah terlihat seperti digambar diatas instagram @jatimcettar ini sudah memiliki banyak follower dan mendapatkan feedback dari masyarakat Jawa Timur dalam mensosialisasikan program Jatim Cettar.



Gambar 4.3.4 dikutip dari instagram @jatimcettar

#### **4.4 PERAN HUMAS PEMERINTAHAN DALAM MEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA**

Umumnya peran humas, Pemprov Jatim gunakan bansos media Instagram sebagai alat penerbitan untuk berinteraksi dan meningkatkan pelayanan publik di Jawa Timur. Ada empat peran dalam hubungan masyarakat: peran konsultan profesional, peran mediator komunikasi, dan peran seorang ahli hubungan masyarakat.

Untuk penjelasan beberapa peran kategori tersebut dapat dilihat dibawah ini:

1. Peran fasilitator komunikasi, sebagai pintu informasi Humas Pemerintahan Provinsi Jawa Timur dan berfungsi sebagai tempat informasi. Umumnya kegiatan ini sebagai fasilitator komunikasi yang melakukan kegiatan komunikasi, koordinasi dan integrasi, pengumpulan bahan informasi, dokumentasi, dan berbagai publikasi informasi yang tersedia untuk umum. Bentuk fasilitas dari program Humas Pemerintahan Jawa Timur salah satunya adalah instagram @jatimcettar dengan cara berinteraksi dengan masyarakat. selanjutnya keterbukaan informasi publikasi @jatimcettar yang memposting di instagramnya dan dapat di akses semua masyarakat dengan cara mengikuti instagram @jatimcettar. Dan masyarakat juga bisa mengomentari postingan tersebut atau menyukai postingan tersebut dengan menggunakan fitur yang ada di instagram.

2. Instagram @jatimcettar Peran komunikator adalah untuk mempublikasikan informasi tentang apa yang CETTAR rencana Hal ini dilakukan untuk membangun hubungan dengan audiens, dan editor memantau konten sebelum publikasi. Tujuan dari program posting Instagram ini adalah untuk memberikan informasi kepada publik dan memberikan pendidikan yang bermakna kepada masyarakat dalam pengetahuan, dan untuk menciptakan citra positif melalui posting.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 SIMPULAN**

Hasil akhir dari penelitian terkait pemanfaatan akun instagram @jatimcettar sebagai media komunikasi humas pemerintahan provinsi jawa timur dalam mensosialisasikan program jatimcettar. Maka dapat disimpulkan bahwa Humas Pemerintahan Jawa Timur sebagai suatu lembaga yang mengelola akun sosial media instagram @jatimcettar dalam mempublikasi atau menyampaikan pesan, humas pemerintahan Jawa Timur menyampaikannya dalam fitur-fitur yang ada pada instagram yaitu : foto, video singkat, rels, tagar, caption, dan lain-lain.

Dalam menyimpulkan pesan itu , Humas Pemerintahan Jawa Timur berkomitmen untuk menyampaikan publikasi atau informasi secara faktual, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Selain menghindari penipuan juga menegaskan posisi dan kredibilitas Humas Pemerintahan Jawa Timur. Dalam hal tersebut instagram @jatimcettar semaksimal mungkin menanggapi pertanyaan atau komentar dari masyarakat. Serta meluruskan komentar yang isinya salahpahaman atau keliru dalam menangkap postingan tersebut.

Dari terbentuknya antara Humas Pemeritahan Jawa Timur dengan melakukan program jatim cettar dan melalui akun instagram @jatimcettar selama ini berjalan cukup baik. Hal ini bisa dilihat dengan instagramnya masih aktif dan

masih sering memposting informasi ataupun kegiatan kegiatan yang dilakukan dengan CETTAR.

Dan hubungan yang baik dengan khalayak dan pengikutnya, Humas Pemerintahan Jatim juga memiliki beberapa inovasi yang telah diterapkan yaitu selaluu aktif instagram dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baku dalam memposting atau pun membalas komentar atau pertanyaan dari masyarakat. Instagram @jatimcettar juga sudah memposting video, foto, reels, story, di instagramnya yang membuat tampilan instagram beberapa inovasi.

## **5.2 SARAN**

Sebagai penutup dari proses ini, peneliti mencoba memberikan saran atau masukan yang terkait dalam masalah penulis ambil, sesuai dengan kemampuan peneliti. Berikut ini saran dari peneliti adalah Humas Pemerintahan Jawa Timur harus lebih meningkatkan dukungan dan perhatian dalam pengelolaan instagram agar dapat berjalan lebih maksimal lagi, selanjutnya adalah Humas Pemerintahan Jatim dalam mensosialisasikan program Jatimcettar harus lebih konsisten dan aktif membuat postingan, dan merespon komentar dari masyarakat. Dari peneliti yang melakukan penelitian selanjutnya, kiranya dapat kembali mengangkat topik ini melalui sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

*Lianty. (2018). Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian.*

*Prof Pawito, P. . (n.d.). Penelitian Komunikasi Kualitatif. January 16, 2020.*

*ABIDIN, Y. Z. (2016). komunikasi pemerintahan,filosofi, konsep, dan aplikasi. Komunikasi Pemerintahan,Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi.*

*EFFENDI, O. U. 201. (2013). ILMU KOMUNIKASI TEORI DAN PRAKTEK. ILMU KOMUNIKASI TEORI DAN PRAKTEK.Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.*

*Mulyana Deddy. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu pengantar. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.*

*Wood, J. T. (2013). Komunikasi Teori dan praktik (komunikasi dalam kehidupan kita ). Komunikasi Teori Dan Praktik (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita).*

*Rakhmat, J. (1984). Metode penelitian komunikasi. In Metode penelitian komunikasi.*

*Mulyana, D. & S. (2007). Metode Penelitian komunikasi (contoh-contoh penelitian Kualitatif dengan pendekatan praktis ). Metode Penelitian Komunikasi (Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis ).*

*Putra, nusa. (2011). penelitian kualitatif (PT. Indeks).*

*Ruben, B. D. (2013). Komunikasi dan perilaku manusia.*

*Rindianninovi. (2017). Model Teori Aidda. Model Teori Aidda.*

## **SKRIPSI :**

*Khoirunnisa aulia suryaningrum, adam w. Sukarno, S.I.P., M. A. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram oleh humas pemerintah kota magelang (studi kasus pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi publik kota magelang). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Humas Pemerintah Kota Magelang (Studi Kasus Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Kota Magelang).*

*Amalia Nurul I'tikoh. (2018). Efektivitas penggunaan media sosial instagram dalam meningkatkan citra pemerintah kabupaten kebumen. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen.*

## **JURNAL :**

*Yohana Asmara Dewi. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro. Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro.*

*Fauzia mafiroh. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram oleh akun @tamanbacagenilangit sebagai media promosi dalam meningkatkan pengunjung taman wisata geni langit. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanbacagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit.*

*Amalia Mufiddah. (2019). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.*

*Muhison Salafudin. (2019). pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada taman baca widya pustaka kabupaten pemalang. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang.*

*siti Arvanitha. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala kota Makassar. Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar.*

*Andrea amorita tulung, Sri ulya suskarwati, V. cansa abinta. (2021). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA GOVERMENT PUBLIC RELATIONS KEMETERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI MASA PANDEMI COVID19.*

*INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS  
KEMETERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI MASA PANDEMI  
COVID19.*

*Rahayu, N. (2003). TEORI AIDDA. Teori Aidda.*

**INTERNET :**

*CETTAR, Aplikasi Unggulan Pemprov Jatim | beritajatim.com. (n.d.).  
(accessed January 16, 2022), from <https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/cettar-aplikasi-unggulan-pemprov-jatim/>*

*Gelorakan Nawa Bhakti Satya, "Jatim Cettar" Berkibar di Puncak Mahameru.  
(n.d.).(accessed January 16, 2022), from <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4651604/gelorakan-nawa-bhakti-satya-jatim-cettar-berkibar-di-puncak-mahameru>*

*"CETTAR", Konsep Kerja Wajib Para ASN di Jawa Timur | Indozone.id. (n.d.).  
(accessed Oktober 20, 2021) from <https://www.indozone.id/news/kJsnp8y/cettar-konsep-kerja-wajib-para-asn-di-jawa-timur>*

*PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA KEBUN  
BUAH MANGUNAN (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram  
@kebunbuahmangunanbantul) - Institutional Repository. (n.d.). (accessed  
November 15, 2021) , from <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/30260/>*

*MEDIA RELATIONS HUMAS PEMPROV JATIM UNTUK MEMBANGUN CITRA  
GUBENUR BARU Repository - UNAIR REPOSITORY. (n.d.). (accessed  
Oktober 20, 2021), from <http://repository.unair.ac.id/18268/>*



YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Kampus: Jl. Ahmad Yani 114 Surabaya Telp. 031 - 8285602 , Fax. 031 - 8285601

FORM BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DEVIA NOVIANNA

NIM : 1813211009

Judul Skripsi : PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR

Pembimbing 1 : Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Pembimbing 2 : Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

NO	TANGGAL	CATATAN REVISI	ACC
		Catatan revisi pengajuan judul : --tidak ada--	
1.	27-11-21	Perubahan judul pada Bab 3	
2.	16-01-21	melanjutkan bab 4	
3.	23-01-22	- mencari temuan data - Pembahasan lebih di explore	
4.	13-02-22	hasil sosialisasi melalui Instagram lebih dijabarkan lagi	
5.	22-03-22	bab 4 & 5 dikoreksi langsung	
6.	27-03-22	ACC	

Surabaya, 2 Nopember 2021

Disetujui pada tanggal :

25 April 2022

untuk mengikuti ujian: Proposal / Skripsi\*)

Dosen pembimbing 1,

Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si, CiQar





YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Kampus: Jl. Ahmad Yani 114 Surabaya Telp. 031 - 8285602 , Fax. 031 - 8285601

FORM BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DEVIA NOVIANNA

NIM : 1813211009

Judul Skripsi

: PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JATIMCETTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JATIM CETTAR

Pembimbing 1 : Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Pembimbing 2 : Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

NO	TANGGAL	CATATAN REVISI	ACC
		Catatan revisi pengajuan judul : --tidak ada--	
1.	27-11-21	perbaiki abstrak	
2.	16-01-21	margin dirapikan	
3.	23-01-22	Definisi konsep ditata ulang / diperbaiki	
4.	13-02-22	- para ahli drubah yang terbaru untuk tahunnya di metode penelitian.	
5.	27-02-22	Perbaiki sub bab pada bab 4.	
6.	22-03-22	bab 5 diperbaiki	
7.	27-03-22	ACC	

Surabaya, 2 Nopember 2021

Disetujui pada tanggal :

.....~~25~~ April 2022

untuk mengikuti ujian: **Proposal / Skripsi\***)

Dosen pembimbing 2,

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.