

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN
MUTU PELAYANAN INFORMASI DI KEMENTERIAN AGAMA
KABUPATEN BLITAR**

SKRIPSI

**OLEH
AINI MAHFUDHOH
NIM. 200106110052**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN
MUTU PELAYANAN INFORMASI DI KEMENTERIAN AGAMA
KABUPATEN BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

OLEH

Aini Mahfudhoh
NIM. 200106110052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar” oleh Aini Mahfudhoh ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke sidang ujian pada tanggal 5 Maret 2024.

Pembimbing,

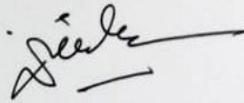


Dr. Muhammad Amin Nur, MA

NIP. 197501232003121003

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Yaqien, M.Pd

NIP. 197811192006041001

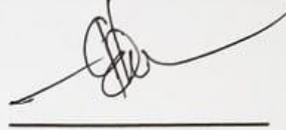
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar” oleh Aini Mahfudhoh ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 Maret 2024.

Dewan Penguji

Ketua Sidang :
Dr. Muhammad In'am Esha M. Ag
NIP. 19750310 200312 1 004

Tanda Tangan



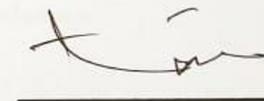
Sekretaris Sidang :
Dr. Muhammad Amin Nur, M. A
NIP. 19750123 200312 1 003



Dosen Pembimbing :
Dr. Muhammad Amin Nur, M. A
NIP. 19750123 200312 1 003



Penguji :
Dr. Sutrisno, M. Pd
NIP. 19650403 199503 1 002



Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 19650403 199803 1 002

Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Aini Mahfudhoh
Lamp. : 4 (Empat) Eksemplar

Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Di Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan, dan setelah membaca serta mengoreksi skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Aini Mahfudhoh
NIM	: 200106110052
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi	: Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Maka, selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. Muhammad Amin Nur, M.A

NIP. 19750123 200312 1 003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aini Mahfudhoh
NIM : 200106110052
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya yang telah ditulis atau diterbitkan orang lain. Adapun pendapat atau temuan orang lain dalam tugas akhir/skripsi/tesis/disertasi ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah dan dicantumkan dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi ini terdapat unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Malang, 5 Maret 2024

Hormat saya,



Aini Mahfudhoh

NIM. 200106110052

LEMBAR MOTTO

“Mahkota seseorang adalah akalnya, derajat seseorang adalah agamanya,
sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya”

(Umar bin Khattab)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan kepada Allah. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Karya tulis yang berupa skripsi ini penulis persembahkan untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan.

1. Bapak Drs. Moh. Mashadi, M.Ag dan Ibu Ummu Kultsum sebagai orangtua terbaik, yang selalu memberi doa restu dan dukungan atas segala cita-cita anaknya.
2. Mawaddah Aufa Nuzula, adik tercinta saya yang terus memotivasi untuk menjadi kakak terbaik dan teladan untuknya.
3. Teman-teman komunitas Anti Hawa yang telah berbagi pengalaman suka duka selama di Malang.
4. Teman-teman mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2020 yang telah belajar dan berjuang bersama-sama selama perkuliahan.
5. Teman-teman Pondok Pesantren Al-Amanah Bahrul Ulum Tambakberas Jombang, Pondok Pesantren Al-Mardliyah Mojosari Nganjuk, dan Pondok Pesantren Tahfidz Al-Qur`an Nurul Huda Joyosuko Malang yang telah kebersamai saya dalam belajar.
6. Teman-teman lainnya dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun semua orang yang telah berjasa semoga Allah memberikan balasan yang terbaik.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kami ucapkan kehadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, karena atas segala rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan laporan ini untuk menyelesaikan tugas akhir S1 (Strata-1) atau skripsi di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada nabi Muhammad *Shallallahu `alaihi Wa Sallam* yang telah membimbing manusia dari kegelapan menuju kehidupan yang terang benderang dengan *dinul* Islam. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Muhammad Amin Nur, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dan penuh perhatian dalam memberikan waktu, pikiran, dan ilmu untuk membimbing, memotivasi, dan mengarahkan peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Devi Pramitha, M.Pd dan staf lainnya di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik

Ibrahim Malang yang telah membantu mengingatkan dan memproses keperluan akademik selama perkuliahan.

6. Bapak Dr. Muhammad Walid, M.A selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dan bimbingan akademik selama perkuliahan.
7. *Murobbi ruhi*, Romo Yai Jamaluddin Ahmad, Abah Kholiq dan Bunyai Ida, Bunyai Ummaiyah, Abi Isroqunnajah dan Ummah Isma, yang senantiasa memberi nasihat, pengajaran, dan motivasi kepada santri-santrinya.
8. Segenap keluarga besar Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang telah memberi izin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian skripsi ini terkait manajemen publikasi informasi humas.
9. Bapak Jamil Mashadi, Ibu Axelda Martha, pegawai humas, serta seluruh anggota tim media sosial dan website Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait pengelolaan media sosial.
10. Segenap Guru, Pak Kyai/Ibu Nyai, Ustadz/ah di Pondok Pesantren Pondok Pesantren Al-Amanah Bahrul Ulum Tambakberas Jombang, Pondok Pesantren Al-Mardiyah Mojosari Nganjuk, dan Pondok Pesantren Tahfidz Al-Qur`an Nurul Huda Joyosuko Malang yang telah mendidik kami.
11. Segenap dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah ikhlas mendidik dan menyalurkan ilmu pengetahuan selama ini

Segala upaya telah dilakukan untuk menyusun laporan ini, namun tidak mustahil apabila dalam laporan ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh

karena itu, diharapkan kritik dan saran yang dapat dijadikan masukan dalam menyempurnakan laporan penelitian skripsi ini.

Malang, 20 Maret 2024

Peneliti

Aini Mahfudhoh

DAFTAR ISI

Lembar Sampul	i
Lembar Pengajuan.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Nota Dinas Pembimbing	iv
Lembar Pengesahan	v
Lembar Pernyataan Keaslian Tulisan.....	vi
Lembar Motto.....	vii
Lembar Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Bagan	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
Abstract	xix
مستخلص البحث.....	xx
Pedoman Transliterasi Arab Latin	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Orisinalitas Penelitian	7
F. Definisi Istilah	11
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Strategi Pengelolaan Media Sosial	14
B. Mutu Pelayanan Informasi.....	24
C. Media Sosial sebagai Media Komunikasi Hubungan Masyarakat	30

D. Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi.....	35
E. Perspektif Teori dalam Islam.....	38
F. Kerangka Berpikir	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	45
C. Subjek Penelitian	46
D. Data dan Sumber Data	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Pengecekan Keabsahan Data	50
G. Analisis Data.....	51
H. Prosedur Penelitian	52
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
B. Paparan Data Penelitian	58
BAB V 109PEMBAHASAN	109
A. Perencanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar	109
B. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar	117
C. Dampak Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar	122
BAB VI PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian	9
Tabel 4. 1 Struktur Pengelola Media Sosial dan Website Kementerian Agama Kabupaten Blitar	57
Tabel 4. 2 Peningkatan mutu pelayanan informasi sebelum dan sesudah pengelolaan media sosial.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 4. 1 Tampilan Menu Website Kementerian Agama Kabupaten Blitar ...	66
Gambar 4. 2 Tampilan Layanan PTSP	67
Gambar 4. 3 Tampilan Layanan PPID	68
Gambar 4. 4 Tampilan Layanan SIDIA	69
Gambar 4. 5 Tampilan Layanan Aduan	71
Gambar 4. 6 Tampilan Youtube Kementerian Agama Kabupaten Blitar	72
Gambar 4. 7 Tampilan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar	73
Gambar 4. 8 Konten Media Sosial Instagram	73
Gambar 4. 9 Konten Media Sosial Instagram	74
Gambar 4. 10 Artikel di Media Sosial Instagram	76
Gambar 4. 11 Berita di Media Sosial Instagram	77
Gambar 4. 12 Link Youtube di Media Sosial Instagram	78
Gambar 4. 13 Tampilan Tiktok Kementerian Agama Kabupaten Blitar	79
Gambar 4. 14 Tampilan Facebook Kementerian Agama Kabupaten Blitar	80
Gambar 4. 15 Contoh Berita di Radio Persada FM	85
Gambar 4. 16 Contoh Berita di Radio Mayangkara FM	85
Gambar 4. 17 Contoh Berita di JTV	86
Gambar 4. 18 Ulasan Google Kementerian Agama Kabupaten Blitar	103
Gambar 4. 19 Frekuensi Kunjungan Profil Facebook dan Instagram	104
Gambar 4. 20 Frekuensi Jangkauan Facebook dan Instagram	105
Gambar 4. 21 Pemirsa Facebook dan Instagram	105

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar.....	55
Bagan 4. 2 Struktur Organisasi Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar ..	56

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Izin Penelitian	133
Surat Balasan Menerima Penelitian	134
Dokumentasi Wawancara dengan Kasubag TU.....	135
Dokumentasi Wawancara dengan Tim Pengelola Media Sosial.....	135
Dokumentasi Wawancara dengan Kasi Humas	136
Transkrip Wawancara	137

ABSTRAK

Mahfudhoh, Aini. 2024. *Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar*. Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Dr. Muhammad Amin Nur, MA.

Kata Kunci: Strategi, Media Sosial, Mutu, Pelayanan Informasi.

Pelayanan informasi publik merupakan tugas dan tanggungjawab pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan informasi yang bermutu sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan. Tujuan pelayanan informasi adalah menjamin hak masyarakat dalam mengetahui bagaimana kebijakan dan program dari pemerintah. Dengan kemajuan teknologi informasi yang ada harus dapat dimanfaatkan dengan baik, salah satunya kemajuan jejaring internet atau media sosial. Media sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat berbagi konten atau informasi dalam jaringan sosial. Maka, media sosial ini dapat digunakan pemerintah dalam menunjang proses penyebaran informasi menuju keterbukaan informasi publik. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengelolaan media sosial agar informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, juga memudahkan instansi dalam memberikan informasi secara efektif dan efisien.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui; (1) perencanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi; (2) pelaksanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi; (3) dampak pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi.

Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar mulai November 2022 sampai Desember 2023 melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian ini adalah: (1) perencanaan diawal dengan penentuan tujuan, analisis permasalahan, dan perencanaan program seperti melakukan identifikasi informasi, pemilihan media sosial, pembentukan tim khusus pengelola media sosial, kerjasama dengan pihak eksternal, anggaran, dan membuat peraturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait pemanfaatan media sosial untuk publikasi informasi; (2) pelaksanaan program dimulai dari proses koordinasi dan komunikasi mengenai pelaksanaan tugas yaitu pengolahan data menjadi berita sesuai standar, pemetaan media dan target sasaran publik, produksi konten, dan evaluasi; (3) dampak pengelolaan tersebut diantaranya terwujudnya pelayanan informasi keagamaan dan pendidikan yang transparan, terpercaya, mudah, murah, cepat, tanggap, efisien, dan efektif.

ABSTRACT

Mahfudhoh, Aini. 2024. *Social Media Management Strategy to Improve the Quality of Information Services at the Ministry of Religion, Blitar Regency*. Thesis, Management of Islamic Education Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor: Dr. Muhammad Amin Nur, MA.

Keywords: Strategy, Social Media, Quality, Information Services.

Public information services are the government's duties and responsibilities to fulfill the public's needs for quality information services in accordance with the principles and objectives of the service. The aim of information services is to ensure the public's right to know about government policies and programs. With advances in existing information technology, it must be utilized properly, one of which is the advancement of internet networking or social media. Social media are applications that allow users to share content or information on social networks. So, this social media can be used by the government to support the process of disseminating information towards open public information. Therefore, social media management needs to be carried out so that the information conveyed is accurate and accountable. In addition, it also makes it easier for agencies to provide information effectively and efficiently.

The purpose of this research is to know; (1) social media management planning to improve the quality of information services; (2) implementation of social media management to improve the quality of information services; (3) the impact of social media management on improving the quality of information services.

The research approach is qualitative research using the case study method. The research was conducted at the Blitar Regency Ministry of Religion Office from November 2022 to December 2023 through observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, data verification and conclusion drawing. Checking the validity of the data uses source and method triangulation.

The results of this study are; (1) planning begins with determining goals, analyzing problems, and planning programs such as identifying information, selecting social media, forming a special team to manage social media, collaborating with external parties, budgeting, and creating regulations or Standard Operating Procedures (SOP) related to the use of social media for information publication; (2) program implementation starts from the coordination and communication process regarding task implementation, namely processing data into news according to standards, mapping media and public targets, content production, and evaluation; (3) the impact of this management includes the realization of religious and educational information services that are transparent, reliable, easy, cheap, fast, responsive, efficient and effective.

مستلخص البحث

محفوظه، عيني. ٢٠٢٤. استراتيجية إدارة وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة خدمات المعلومات في وزارة الدين، مقاطعة البتار. بحث علمي. قسم إدارة التربية الإسلامية، كلية علوم التربية و التعليم، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: الدكتور محمد أمين نور الماجستير.

خدمات المعلومات العامة هي واجبات ومسؤوليات الحكومة لتلبية احتياجات الجمهور لخدمات معلومات عالية الجودة وفقاً لمبادئ وأهداف الخدمة. الهدف من خدمات المعلومات هو ضمان حق الجمهور في معرفة سياسات وبرامج الحكومة. مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات، يجب استخدام المعلومات الموجودة بشكل صحيح، وأحدها هو التقدم في شبكات الإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي. وسائل التواصل الاجتماعي هي تطبيق يتيح للمستخدمين مشاركة المحتوى أو المعلومات على الشبكات الاجتماعية. لذلك، يمكن للحكومة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدعم عملية نشر المعلومات بهدف الكشف عن المعلومات العامة. لذلك، من الضروري إدارة وسائل التواصل الاجتماعي حتى تكون المعلومات المنقولة دقيقة ومسؤولة. وبصرف النظر عن ذلك، فإنه يسهل أيضاً على الوكالات تقديم المعلومات بفعالية وكفاءة.

والغرض من هذا البحث هو معرفة؛ (1) تخطيط إدارة وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة خدمات المعلومات؛ (2) تنفيذ إدارة وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة خدمات المعلومات؛ (3) أثر إدارة وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين جودة خدمات المعلومات.

منهج البحث هذا هو البحث النوعي باستخدام طريقة دراسة الحالة. تم إجراء البحث في مكتب وزارة الدين في منطقة البتار في الفترة من نوفمبر ٢٠٢٢ إلى ديسمبر ٢٠٢٣ من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. وفي الوقت نفسه، فإن تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي جمع البيانات، والحد من البيانات، وعرض البيانات، والتحقق من البيانات واستخلاص الاستنتاجات. التحقق من صحة البيانات يستخدم تثليث المصدر والطريقة.

نتائج هذا البحث هي: (1) التخطيط الأولي من خلال تحديد الأهداف، وتحليل المشكلات، وتخطيط البرامج مثل تحديد المعلومات، واختيار وسائل التواصل الاجتماعي، وتشكيل فريق خاص لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، والتعاون مع الأطراف الخارجية، ووضع الميزانيات، ووضع الأنظمة. أو إجراءات التشغيل القياسية (SOP) فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات؛ (2) يبدأ تنفيذ البرنامج من عملية التنسيق والاتصال فيما يتعلق بتنفيذ المهام، أي معالجة البيانات إلى أخبار وفقاً للمعايير، ورسم خرائط الوسائط والأهداف العامة، وإنتاج المحتوى، والتقييم؛ (3) يشمل تأثير هذه الإدارة تحقيق خدمات إعلامية دينية وتعليمية تتسم بالشفافية والموثوقية والسهولة والرخيصة والسرعة والاستجابة والكفاءة والفعالية.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman penulisan transliterasi Arab Latin dalam skripsi ini didasarkan pada keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543.b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	a	ط	th
ب	b	ظ	zh
ت	t	ع	'
ث	ts	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	h	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dz	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	sh	ي	y
ض	dl		

B. Vokal Panjang dan Diftong

Arab	Latin	Arab	Latin
آ	â (a panjang)	أو	Aw
إي	î (i panjang)	أي	Ay
أو	û (u panjang)		

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mulai mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini ditunjukkan dari meningkatnya jumlah pengguna media sosial oleh penduduk di Indonesia. Berdasarkan data yang disampaikan oleh *We Are Social* bahwa total penduduk Indonesia pada Januari 2023 adalah 276,4 juta, di mana 49,7% perempuan dan 50,3% laki-laki. Jika dilihat berdasarkan pengguna internet, total pengguna di Indonesia yang memanfaatkan internet tersebut berjumlah 212,9 juta pengguna. Jumlah ini mengalami kenaikan 5,2% atau 10 juta dari tahun sebelumnya. Khusus pengguna media sosial telah mencapai 167 juta atau 60,4% dari total penduduk Indonesia.¹

Data tersebut mengungkapkan bahwa lebih dari setengah jumlah masyarakat di Indonesia semakin aktif menggunakan media sosial. Diantara media sosial yang paling banyak dikunjungi yaitu Youtube, Facebook, dan Instagram. Pada awal tahun 2023, Youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan jumlah pengguna sebesar 139 juta. Media sosial berikutnya adalah Facebook sejumlah 119,9 juta pengguna dan Instagram sejumlah 89,15 juta pengguna.²

¹ Detik.com, "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal 2023," July 2023.

² Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2023," <https://mediaindonesia.com/teknologi/586172/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-melesat,2023>.

Media sosial menjadi salah satu media yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan publikasi informasi. Seperti pernyataan di atas, di era digitalisasi saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-harinya. Informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat menyebar lebih luas pada semua kalangan, mulai remaja hingga orang tua. Fenomena media sosial ini harus dapat dijadikan sebagai peluang untuk memberikan informasi yang akurat. Demikian pula, dapat dimanfaatkan dengan baik dan tepat oleh instansi pemerintahan yang bertugas dalam pelayanan publik. Tujuannya agar informasi yang beredar di masyarakat ini tetap dalam pengawasan pemerintah dan jelas kebenarannya.

Pelayanan publik telah diatur dalam Undang-Undang Dasar No. 25 Tahun 2009 Pasal 18 Tentang Pelayanan Publik bahwa “masyarakat berhak mendapatkan pelayanan yang bermutu sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan”. Hal ini menandakan bahwa pemerintah bertanggungjawab atas terlaksananya pemenuhan kebutuhan akan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Salah satu tugas utama dalam pelayanan publik adalah publikasi informasi kepada masyarakat yang menjadi tanggungjawab bidang *public relations* atau hubungan masyarakat (humas). Tujuan dari pelayanan informasi tersebut tidak hanya terbatas pada publikasi kegiatan yang dilakukan oleh instansi melainkan juga memberikan fasilitas pengaduan dari masyarakat agar dapat segera memperoleh respon dari pemerintah.

Bidang kehumasan adalah unit organisasi di instansi pemerintah yang bertugas khusus di bidang informasi dan komunikasi kepada pihak luar untuk

menjaga citra baik pemerintah.³ Humas juga menjadi sarana untuk memudahkan akses masyarakat yang membutuhkan informasi terkait dengan persoalan yang mereka hadapi. Oleh karena itu, strategi khusus sangat diperlukan oleh bidang humas perlu guna menjalankan fungsi dan tugasnya agar program-program instansi dapat berjalan sukses.

Dalam rangka menunjang sistem pelayanan publik yang bermutu di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu bentuk inovasi di lingkup instansi pemerintahan yang dapat digunakan sebagai strategi dalam memaksimalkan penyelenggaraan pelayanan publik. Hal ini telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Maka dari itu, pemanfaatan media sosial bagi instansi pemerintah perlu dikelola dengan strategi yang tepat sehingga mampu menarik perhatian masyarakat untuk berpartisipasi mendukung pemerintah. Semakin baik pengelolaan yang dilakukan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh instansi pemerintah tersebut.⁴

Kementerian Agama merupakan salah satu kementerian atau instansi pemerintah yang bertugas menyelenggarakan pemerintahan dalam bidang agama. Instansi ini tersebar di berbagai daerah provinsi, kabupaten, dan kota di

³ Sri Kartika, Abdi Abdi, and Nasrulhaq Nasrulhaq, "Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik Di Pusat Pelatihan Dan Pengembangan Dan Kajian Manajemen Pemerintahan Lembaga Administrasi Negara," *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 9, no. 1 (April 30, 2023): 72–85, <https://doi.org/10.26618/kjap.v9i1.10644>.

⁴ Utami and Rendita Anugrah, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Optimalisasi Media Sosial," <https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--peningkatan-kualitas-pelayanan-publik-melalui-optimalisasi-media-sosial>, 2020.

seluruh Indonesia sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat akan persoalan keagamaan dan pendidikan. Salah satunya adalah Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Sesuai dengan tugas dan fungsi yang telah diamanahkan dari pusat, instansi ini memiliki misi untuk meningkatkan pelayanan prima kepada masyarakat melalui peningkatan mutu beragama, kerukunan ummat beragama, pendidikan agama dan keagamaan, penyelenggaraan ibadah haji, dan tata kelola akuntabilitas kerja.⁵ Dengan misi tersebut, diharapkan agar seluruh sumber daya kantor dapat menunjukkan kinerja yang optimal melalui pelaksanaan pelayanan publik yang prima.

Pelayanan informasi yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar saat ini juga telah bertransformasi kepada penggunaan media sosial. Media sosial ini dimanfaatkan untuk memudahkan kebutuhan informasi masyarakat secara online. Dalam rangka menjamin mutu pelayanan tersebut, maka penggunaan strategi sangat dibutuhkan dari seksi humas selaku pihak yang berhubungan langsung dengan pihak luar yang membutuhkan pelayanan informasi. Strategi humas yang digunakan ini mengacu pada teori konsep strategi Cutlip dan Center, di mana terdapat empat tahapan yaitu *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluating*.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Pengelolaan Media Sosial Untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi Di Kementerian Agama Kabupaten Blitar”. Penulis ingin mengetahui bagaimana implementasi strategi yang dilakukan oleh seksi humas

⁵ Kementerian Agama Kabupaten Blitar, “Profil, Visi, Dan Misi ,” <https://kemenagkabblitar.id/>, 2023.

dalam mengelola media sosial sebagai upaya meningkatkan mutu pelayanan informasi. Dengan harapan, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan motivasi kepada bidang humas untuk meningkatkan performa pelayanan informasi berbasis online sehingga eksistensi instansi dapat terjaga dengan baik.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah strategi pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Adapun yang menjadi pokok pembahasan dari skripsi ini adalah:

1. Bagaimana perencanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar?
2. Bagaimana pelaksanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar?
3. Bagaimana dampak pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

3. Untuk mengetahui dampak pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran pada pengembangan penelitian strategi *public relations* atau hubungan masyarakat (humas) dalam mengelola media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi instansi.

2. Secara praktis

- a. Bagi Kementerian Agama Kabupaten Blitar, kajian penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan terhadap strategi humas dalam mengelola media sosial untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi publik.
- b. Bagi penulis, kajian penelitian ini dapat menjadi wadah untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai sarana belajar dalam mencari solusi dari permasalahan yang ada.
- c. Bagi pembaca, kajian penelitian ini dapat menjadi wawasan baru bagi pembaca mengenai strategi humas dalam mengelola media sosial untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi serta sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

E. Orisinalitas Penelitian

Berhubungan dengan bahasan penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang pernah dilakukan. Hasil penelitian terdahulu tersebut menjadi bahan kajian awal bagi penulis untuk memperoleh perbandingan dan referensi baru guna penelitian selanjutnya. Diantara beberapa hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Skripsi oleh Muhammad Yunus yang berjudul “Strategi *Public Relations* Kementerian Agama Republik Indonesia dalam Mengelola Isu Agama di Media Massa” (2020). Penelitian ini berfokus pada peran dan strategi *public relations* Kementerian Agama dalam mengelola isu agama yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu menentukan sasaran, membuat formulasi aksi, dan menggunakan komunikasi efektif melalui media cetak dan media sosial yang dimiliki instansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan isu agama tersebut dijalankan oleh Bimas Islam berupa identifikasi isu, pengelolaan isu, pembuatan program berkaitan dengan isu, dan berkoordinasi antarlembaga dan *stakeholder* sebagai pelayanan informasi publiknya.
2. Skripsi oleh Fitri Alam Nasyroh yang berjudul “Strategi pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi tentang Kabupaten Ponorogo (2020)”. Penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram sebagai media sosial untuk berbagi informasi di Kabupaten Ponorogo yaitu cara admin @infoponorogo dalam mendapatkan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas tidak menjalankan strategi komunikasinya sendiri, melainkan ada

kolaborasi dengan kominfo dan OPD lainnya. Kemudian, adanya feedback dari follower berupa respon positif dan negatif di kolom komentar dan fitur *insight* sehingga dapat dijadikan evaluasi akun @infoonorogo sebagai media informasi.

3. Skripsi oleh Nur Risqi Aslichatul Muwahadah (2020) yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto.” Penelitian ini berfokus pada strategi humas untuk meningkatkan dan mempertahankan citra pemerintah Kota Mojokerto serta hambatan yang dihadapi dan solusinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan sesuai dengan ajaran Islam. Adapun hambatan ditemukan pada masih minimnya sumber daya yang digunakan sehingga belum berjalan maksimal.
4. Jurnal oleh Novia Agri Kusumaningrum dan Pratiwi Wahyu Widiarti (2021) yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara “Taman Paseban”.” Penelitian berfokus pada strategi komunikasi atas implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik pada acara TV menggunakan instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa publikasi tersebut memperhatikan pemilihan komunikator dengan beberapa aspek kemampuan dan mengarahkan pada tujuan konsep program acara yang menarik sehingga mampu membuat rasa ketertarikan bagi publik untuk menonton.
5. Jurnal oleh Dhafin Arkarizki, R. Ira Irawati, dan Dedi Sukarno (2023) yang berjudul “Transparansi Organisasi Dalam Pengelolaan Informasi

Publik Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana transparansi organisasi menggunakan *transparency principle model* dalam pengelolaan informasi publik. Hasil penelitian ini menunjukkan belum transparannya organisasi dalam pengelolaan informasi publik karena disebabkan oleh beberapa faktor seperti lemahnya pemahaman transparansi organisasi para pegawai serta perencanaan untuk meningkatkan kualitas para SDM demi mencapai proses penyediaan informasi secara transparan. Selain itu proses laporan informasi publik yang tidak dilakukan secara berkala.

Untuk menggambarkan lebih jelas tentang perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, maka disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama peneliti, judul, tahun penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Muhammad Yunus (2020) “Strategi <i>Public Relations</i> Kementerian Agama Republik Indonesia dalam Mengelola Isu Agama di Media Massa”	Sama-sama fokus pada strategi kehumasan pemerintah.	Objek penelitian lebih cenderung pada pengelolaan isu agama di media massa. Penelitian ini menggunakan teori <i>Public Relations</i> Ronald D. Smith.	Peneliti lebih fokus pada strategi mengelola media sosial untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar dengan teori humas Cutlip dan Center.
2.	Fitri Alam Nasyroh (2020) “Strategi pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi tentang Kabupaten Ponorogo”	Sama-sama fokus pada strategi kehumasan dalam pengelolaan media informasi.	Objek penelitian lebih fokus pada satu media sosial milik instansi yaitu Instagram. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi menurut Hafied Cangara.	

3.	Nur Risqi Aslichatul Muwahadah (2020) “Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Mojokerto.”	Sama-sama fokus pada strategi kehumasan.	Tujuan pada penelitian ini fokus untuk meningkatkan dan mempertahankan citra pemerintah Kota Mojokerto. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi informasi publik milik Grunning dan Hunt;	
4.	Novia Agri Kusumaningrum dan Pratiwi Wahyu Widiarti (2020) “ <i>Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara “Taman Paseban ”</i> ”	Sama-sama meneliti strategi pengelolaan informasi publik	Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Diskominfo Bantul dalam mewujudkan implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik melalui program siaran “Taman Paseban” dengan publikasi di Instagram. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Hafied Cangara.	
5.	Dhafin Arkarizki, R. Ira Irawati, dan Dedi Sukarno (2023) “Transparansi Organisasi Dalam Pengelolaan Informasi Publik Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung”	Sama-sama fokus pada pengelolaan informasi publik pemerintahan.	Tujuan penelitian ini fokus pada bagaimana transparansi organisasi menggunakan <i>transparency principle model</i> dalam pengelolaan informasi publik pada Dinas	

			Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.	
--	--	--	---	--

F. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah penjelasan konsep atau variabel penelitian yang terletak pada judul penelitian. Maka dari itu, peneliti perlu memaparkan beberapa istilah berikut:

1. Strategi Pengelolaan Media Sosial

Strategi adalah suatu rencana yang disusun oleh organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Pengelolaan adalah kegiatan untuk mengurus dan menangani sesuatu dengan tujuan tertentu. Adapun media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi satu sama lain melalui jaringan sosial atau internet secara *online*.

Dalam konteks ini, yang dimaksud dengan strategi pengelolaan media sosial adalah proses mengelola media sosial melalui perencanaan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar berdasarkan tujuan tertentu.

2. Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi

Mutu adalah ukuran kesesuaian produk atau jasa dengan standar yang telah ditentukan baik input, proses, maupun output. Pelayanan informasi adalah suatu bentuk pemenuhan kebutuhan informasi yang menjadi hak masyarakat dan suatu kewajiban pemerintah yang harus dilaksanakan sebagai fungsi dasar pemerintahan.

Dalam konteks ini, yang dimaksud dengan peningkatan mutu pelayanan informasi adalah upaya yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi berupa publikasi informasi dan lainnya kepada publik.

G. Sistematika Penulisan

Berdasarkan uraian di atas, terdapat sistematika penulisan laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi yang terbagi menjadi enam bab.

Bab I merupakan pendahuluan yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, dan definisi istilah.

Bab II merupakan tinjauan pustaka yang meliputi kajian teori. Penulis akan membahas kajian teori yang menjadi landasan pelaksanaan penelitian ini. Kajian teori tersebut diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan sumber referensi lainnya yang berkaitan dengan strategi humas dalam mengelola media sosial untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi.

Bab III merupakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek penelitian, data dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, analisis data, dan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan paparan data dan hasil penelitian yang meliputi deskripsi lokasi penelitian (sejarah, profil, visi, misi, dan tujuan), paparan data memuat data-data untuk menjawab fokus penelitian, dan temuan penelitian memuat tentang pembahasan dari paparan data atau hasil analisis data.

Bab V merupakan pembahasan dari hasil penelitian meliputi penyajian temuan penelitian dalam bentuk data disertai pembahasan atas jawaban dari masalah penelitian, tafsiran temuan penelitian, modifikasi teori yang sudah ada, dan implikasi lain dari hasil penelitian

Bab VI merupakan penutup yang meliputi dua hal meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami pembahasan yang disampaikan oleh penulis. Adapun saran bertujuan untuk memahami kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Pengelolaan Media Sosial

1. Definisi Strategi Pengelolaan Media Sosial

Strategi dapat diartikan sebagai suatu seni (*art*) dan ilmu (*science*) dalam pengendalian militer.⁶ Sedangkan, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah suatu rencana yang cermat tentang kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran khusus.⁷

Perkembangan konsep strategi digunakan untuk mengelola jalannya suatu organisasi baik organisasi tersebut berorientasi pada profit (keuntungan) maupun non-profit. Beberapa pakar ahli menyebutkan definisi tentang strategi yang bermacam-macam. Menurut Ansoff, strategi menjadi suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan pasar produk untuk menyusun keputusan dan menetapkan garis pedoman umum bagi keberlangsungan organisasi pada masa kini dan masa depan. Kemudian, Rue dan Holland menyampaikan berdasarkan hasil penelitiannya, strategi adalah penentuan dan evaluasi terhadap berbagai cara yang dilakukan untuk mencapai misi atau tujuan.⁸

Berdasarkan dua pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang disusun oleh organisasi untuk

⁶ Leslie W. Rue and Phyllis G. Holland, *Strategic Management: Concepts and Experiences* (USA: Mc. Graw-Hill International, 1986).

⁷ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988). Hlm. 859

⁸ Rue and G. Holland, *Strategic Management: Concepts and Experiences*.

mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Strategi diperlukan agar visi misi dari setiap individu dan kelompok yang berada di dalam organisasi tersebut dapat terarah sehingga mampu memaksimalkan pemanfaatan sumber daya organisasi.

Strategi yang digunakan oleh masing-masing organisasi atau perusahaan tentu berbeda-beda sesuai dengan tujuannya. Namun, pada dasarnya organisasi mengupayakan pelayanan terbaiknya agar pelanggan merasa puas dan terpenuhi akan harapan dan kebutuhannya. Seperti yang disampaikan oleh Hamel dan Prahalad, bahwa strategi itu bersifat *incremental*, artinya strategi senantiasa mengalami peningkatan atau terus menerus dilakukan berdasarkan pada harapan pelanggan di masa depan.⁹

Strategi memiliki peranan penting bagi setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Grant, peran penting strategi dalam suatu manajemen organisasi terdiri dari 3, yaitu:¹⁰

- a. Strategi sebagai alat pendukung pengambilan keputusan, yaitu strategi tersebut menjadi satu kesatuan dari beberapa keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi untuk mencapai kesuksesan.
- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi, yaitu strategi digunakan untuk menyamakan visi, misi, arah, dan tujuan bagi masing-masing organisasi.
- c. Strategi sebagai target, yaitu strategi digunakan untuk menentukan bagaimana keberlangsungan organisasi saat ini dan masa depan.

⁹ G Hamel and C.K Prahalad, *Kompetisi Masa Depan* (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995).

¹⁰ Robert M. Grant, *Contemporary Strategy Analysis; Concept, Techniques, Applications* (Jakarta: Erlangga, 1999).

Sehingga, strategi tidak terbatas pada pedoman arah organisasi, tetapi juga menampung aspirasi dari setiap individu atau kelompok dalam menentukan target yang akan dicapai.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi perlu disusun dengan memperhatikan tujuan yang akan dicapai di masa depan. Organisasi harus mempertimbangkan bagaimana dampak yang akan ditimbulkan ketika strategi tersebut direalisasikan. Dengan kata lain, sebelum memutuskan suatu strategi, maka harus mengetahui bagaimana gambaran kondisi internal dan eksternal organisasi sehingga setiap sumber daya yang ada dapat saling bekerjasama menuju harapan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, strategi perlu dikembangkan secara konsisten antara apa yang dirumuskan dengan apa yang dilakukan.

Adapun definisi media sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* menyatakan bahwa platform berbasis internet ini dapat digunakan untuk membuat dan menyebarkan informasi, opini, dan minat dalam konten yang bervariasi, seperti bersifat informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan lain sebagainya kepada pengguna lainnya dalam jangkauan yang lebih luas.¹¹

Berdasarkan definisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki beberapa ciri, yaitu media sosial merupakan platform yang berbasis pengguna di mana mereka bebas menentukan konten apa yang

¹¹ Gohar F Khan, *Social Media For Government* (Springer Singapore, 2017).

akan dibuat dan dibagikan kepada khalayak. Kemudian, pengguna satu dengan lainnya dapat berhubungan sampai membentuk suatu komunitas. Misalnya, komunitas penulis, komunitas fotografer, komunitas pecinta alam, dan seterusnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial bersifat sangat interaktif dan berpeluang menghubungkan semua penggunanya hampir tidak terbatas dari berbagai kalangan di dunia.

Maka, dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan media sosial adalah suatu rencana kegiatan yang disusun untuk mengelola atau mengatur tentang pemanfaatan media sosial sebagai media untuk berbagi informasi dengan publik secara luas.

2. Langkah-Langkah Strategi Pengelolaan Media Sosial

Secara umum, menurut Cutlip, Center, dan Broom terdapat empat langkah dalam proses pembentukan strategi, yaitu:¹²

a. Pendefinisian masalah atau peluang

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh organisasi adalah melakukan analisis terhadap situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Organisasi harus dapat mengetahui bagaimana opini, sikap, dan perilaku siapa saja yang berkaitan dan berpengaruh terhadap kebijakan serta tindakan organisasi. Untuk itu, organisasi dapat menggunakan analisis internal dan eksternal melalui SWOT (*Strengths/* kekuatan, *Weakness/* kelemahan, *Opportunities/*

¹² S. M. Cutlip, A. H. Center, and G. M Broom, *Effective Public Relations: Terj. T. Wibowo, Trans*, 9th ed. (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 320.

peluang, dan *Threats/* ancaman) sehingga memperoleh informasi tentang keadaan organisasinya.

b. Perencanaan dan pemrograman

Setelah informasi dan data terkumpul melalui adanya analisis internal dan eksternal pada langkah sebelumnya, selanjutnya organisasi dapat merumuskan strategi untuk mencapai tujuan. Kemudian, organisasi juga merencanakan tindakan, komunikasi, taktik, dan sasaran dari program yang akan dilaksanakan.

c. Pengambilan tindakan dan komunikasi

Pada langkah ini, organisasi mengimplementasikan program-program yang telah direncanakan dan melakukan komunikasi dengan pihak terkait untuk mencapai tujuan sesuai yang telah ditentukan di awal.

d. Evaluasi program

Langkah terakhir adalah evaluasi program. Evaluasi adalah penilaian terhadap program yang telah dijalankan, apakah telah sesuai dengan rumusan awal atau tidak. Jika telah sesuai, maka apa saja hal-hal yang bisa ditingkatkan untuk kedepannya, dan jika sebaliknya, maka hal-hal apa yang harus diperbaiki agar program tersebut dapat berjalan lebih baik.

Keempat langkah di atas memiliki keterkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan, sehingga langkah-langkah tersebut berkelanjutan dalam mencapai pelaksanaan strategi yang baik dan tepat.

Adapun dalam penerapannya tentang strategi pengelolaan media sosial, Cutlip dan Center sebagaimana yang dikutip oleh Ruslan telah menjabarkan beberapa hal, sebagai berikut:¹³

a. *Fact Finding*

Proses perencanaan diawali dengan melakukan melakukan *fact finding* atau mengumpulkan data guna menentukan konten apa yang akan dipublikasi pada setiap media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi publik terhadap informasi yang akan disampaikan. Namun, data tersebut juga harus mengedepankan bagaimana pengolahan, penelitian, pengklasifikasian, dan penyusunan data agar dapat memudahkan pemecahan masalah nantinya. Adapun data yang harus dikumpulkan meliputi apa konten yang dibutuhkan dan diinginkan, seberapa banyak informasi, seperti apa jenis informasi yang diberikan, mengapa informasi perlu diberikan, dan bagaimana cara penyampaian informasi tersebut agar dapat diterima oleh publik media sosial.

b. *Planning*

Tahap perencanaan selanjutnya adalah melibatkan pembuatan keputusan mengenai siapa saja yang menjadi sasaran dari program tersebut, mengidentifikasi target publik, menentukan

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 148–49.

kebijakan untuk pemilihan strategi, dan menentukan strategi yang akan digunakan.

c. *Communicating*

Dalam tahap ini, strategi yang telah ditetapkan tersebut diimplementasikan melalui program-program, komunikasi dua arah, dan publikasi informasi kepada publik media sosial. Pola komunikasi yang diterapkan di media sosial harus dapat menampung aspirasi, keluhan, saran, dan masukan dari publik sehingga publik dapat berpartisipasi aktif di dalamnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penggunaan kalimat-kalimat ajakan atau pertanyaan-pertanyaan ringan yang dapat mengundang respon *followers*. Selain itu, pemilihan kata dalam setiap konten juga perlu diperhatikan agar publik dapat memahami informasi yang disampaikan.

d. *Evaluating*

Dalam tahap evaluasi ini, setiap program yang telah dirancang dan dilaksanakan tersebut akan ditinjau kembali bagaimana hasil yang telah diperoleh. Evaluasi dari program-program dalam strategi pengelolaan media sosial ini dilakukan pada setiap langkah persiapan, implementasi, dan dampak dari program yang telah berjalan.

3. Macam-Macam Media Sosial

Keberadaan media sosial saat ini memberikan pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah keterikatan komunikasi yang kuat antar penggunanya. Hal ini

dibuktikan melalui konten yang sering dibagikan di media sosial masing-masing pengguna. Setiap pengguna mampu mengakses akun milik orang lain. Maka dari itu, media sosial sering dikelola dan dimanfaatkan oleh individu, kelompok, atau organisasi guna menarik perhatian masyarakat.¹⁴

Media sosial terbagi menjadi beberapa macam. Kaplan dalam bukunya *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* mengklasifikasikan sebagai berikut:¹⁵

a. *Weblog (blog)*

Blog atau web-log merupakan laman yang berisikan konten bersifat pribadi maupun dalam praktik sosial. Weblog merupakan *web-content management system* yang mudah digunakan dengan dilengkapi fasilitas pengembangan dan pemeliharaan serta membutuhkan update lebih dari satu kali. Weblog dapat digunakan untuk menyampaikan sebuah opini, pengalaman, maupun kegiatan sehari-hari baik dilakukan oleh pribadi atau kelompok. Diantara contoh blog yang biasa digunakan yaitu Blogspot, WordPress, dan Tumblr.

b. *Collaborative Project*

Kaplan mengungkapkan bahwa *collaborative project* memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk membuat dan membagikan konten sehingga dapat diakses secara global. Ada dua jenis media sosial dalam kategori ini, yaitu Wiki dan

¹⁴ Hotrun Siregar, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila," *Jurnal Keindonesiaan*, vol. 02, 2022, www.wearesocial.com,.

¹⁵ A.M. Kaplan and M. Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," 2010, 59–68.

Aplikasi Bookmark Sosial. Wiki memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten berbasis teks, contohnya *Wikipedia*. Adapun Aplikasi Bookmark Sosial memungkinkan konten yang dibagikan itu berbasis kelompok dan rating, contohnya Amazon, Lintas Berita, dan lain sebagainya.

c. *Social Networking Sites (SNS)*

Social networking sites atau situs jejaring sosial adalah aplikasi yang menghubungkan para penggunanya melalui profil atau akun pribadinya. Profil tersebut dapat berisikan foto, video, audio, maupun blog. Selain itu, pengguna dapat saling mengirim pesan melalui *e-mail* atau pesan singkat. Contohnya Facebook, LinkedIn, MySpace, dan lain sebagainya.

d. *Content Communities*

Content communities atau konten masyarakat adalah aplikasi yang memiliki tujuan utama untuk berbagi konten dalam jarak dekat maupun jauh. Konten ini memuat berbagai macam media seperti teks, foto, video, presentasi, dan lain-lain. Pengguna tidak harus membuat profil, sebab biasanya profil hanya berisi informasi sederhana seperti tanggal bergabung dan jumlah konten yang di-upload. Contohnya, YouTube, Sharemusic, Photobucket, dan lain sebagainya.

e. *Virtual Social World*

Virtual social world adalah aplikasi yang berisi simulasi kehidupan nyata dalam bentuk tiga dimensi. Pengguna dapat

berinteraksi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Contohnya Wikimapia, GoogleEart, Alibaba, dan lain sebagainya.

f. *Virtual Game World*

Konsep *Virtual Game World* hampir sama dengan *Virtual Social World*. *Virtual game world* atau bisa disebut seperti game online ini memberikan ruang kepada para penggunanya dari seluruh dunia untuk bermain langsung secara bersama-sama. Contohnya *World of Warcraft*, *Three Kingdoms*, dan lain sebagainya.

4. Kekurangan dan Kelebihan Media Sosial

Pemanfaatan media sosial oleh suatu organisasi atau instansi baik pemerintah maupun non pemerintah memiliki keunggulan dan kelemahan. Menurut Bertot, dkk, diantara keunggulan yang bisa dirasakan antara lain mendorong partisipasi demokrasi oleh semua masyarakat.¹⁶ Hal ini dapat terjadi jika ada komunikasi dari keduanya, yaitu organisasi dengan masyarakat sehingga memungkinkan masukan dan saran dapat direalisasikan dalam suatu kebijakan. Seperti saling merancang dan mengembangkan layanan melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan mutu pelayanan dari organisasi atau instansi tersebut. Maka, inovasi dapat terus dikembangkan melalui aplikasi-aplikasi yang lebih efisien dan efektif serta dapat diakses masyarakat luas.

¹⁶ John Carlo Bertot et al., "Social Media Technology and Government Transparency," *Computer* 43, no. 11 (November 2010): 53–59, <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>.

Di sisi lain, media sosial juga memiliki beberapa kelemahan, diantaranya instansi memiliki wewenang untuk membatasi dan menyortir informasi yang beredar di media sosial. Hal ini dapat mengaburkan batas antara instansi dengan masyarakat sehingga mengakibatkan ketidakjelasan sumber informasi tersebut. Apakah informasi yang beredar ini dari pemerintah atau masyarakat yang memulainya. Kemudian, guna mendukung penggunaan media sosial maka diperlukan jaringan internet yang bagus dan perangkat media yang canggih. Akan tetapi, faktanya di Indonesia masih belum memiliki fasilitas internet yang rata dan tidak semua masyarakat dapat memiliki akses untuk berpartisipasi secara online. Hal ini disebabkan adanya beberapa kelompok yang mendominasi akses tersebut. Selain itu, jika konten informasi yang diberikan kurang menarik, maka kemungkinan besar masyarakat tidak mengaksesnya. Sehingga diperlukan perencanaan yang cukup matang dari semua aspek agar pelayanan informasi melalui media sosial ini dapat berjalan baik.¹⁷

B. Mutu Pelayanan Informasi

1. Definisi Mutu Pelayanan Informasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mutu atau kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Kemudian, dalam Kamus Inggris Indonesia.¹⁸ Kata “mutu” berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*quality*” yang artinya kualitas. Menurut Crosby sebagaimana yang dikutip oleh Ali Riyadi, mutu adalah segala sesuatu yang telah sesuai

¹⁷ Muzahid Akbar Hayat et al., “Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik,” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, vol. 2, 2021.

¹⁸ John M. Echols and Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1976).

dengan yang disyaratkan atau distandarkan (*conformance to requirement*).¹⁹ Dengan kata lain, kesesuaian tersebut berdasarkan standar mutu yang telah ditentukan, baik input, proses, maupun output.

Definisi tentang mutu juga disampaikan oleh Tjiptono, di mana mutu merujuk pada suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁰ Juran juga menyampaikan bahwa mutu pada hakikatnya adalah kesesuaian sesuatu dengan tujuan atau manfaat yang diberikannya.²¹ Selanjutnya, Deming menambahkan bahwa mutu atau kualitas ditujukan demi terpenuhinya kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan.²² Dapat dipahami bahwa mutu ini merupakan tolak ukur tentang sesuatu baik berupa produk atau jasa yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan para pelanggan.

Kata “pelayanan” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu usaha untuk membantu mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain. Dalam Bahasa Inggris disebut dengan “*service*”, yaitu berfungsi sebagai sistem yang menyediakan kebutuhan masyarakat khususnya mengenai kebutuhan dasar masyarakat tersebut.²³

Konsep tentang pelayanan disampaikan juga oleh para ahli. Gronross mengungkapkan bahwa pelayanan merupakan rangkaian kegiatan yang bersifat tidak nyata sebagai hasil dari interaksi antara

¹⁹ Ahmad Ali Riyadi and Fahrurrozi, *Total Quality Management In Education* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2006).

²⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1996), 51.

²¹ J. M. Juran, *Quality Control Handbook*, 4th ed. (New York: Mc. Graw, 1962).

²² W. E. Deming, *Quality, Productivity and Competitive Position* (Cambridge: MIT Press, 1982).

²³ Echols and Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*.

pengguna layanan dengan penyelenggara layanan.²⁴ Kemudian, Soetopo dalam Napitupulu menambahkan bahwa pelayanan menjadi proses untuk memenuhi kebutuhan orang lain atau masyarakat agar mereka merasa puas dengan pelayanan tersebut. Hal ini mendorong masyarakat untuk lebih berpartisipasi aktif dalam menggunakan jasa layanan yang diberikan. Sejalan dengan pernyataan dua tokoh di atas, Ivancevich, dkk, mengatakan bahwa pelayanan melibatkan usaha dari sumber daya manusia dan pemanfaatan sumber daya lainnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁵

Kata informasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penerangan, pemberitahuan, kabar, atau berita tentang sesuatu. Menurut Kelly, informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang memberikan arti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau di masa depan.²⁶ Sedangkan, Carlos Coronel and Steven Morris menyatakan bahwa informasi adalah hasil dari data mentah yang telah diproses untuk memberikan hasil di dalamnya.²⁷ Secara sederhana, dapat dipahami bahwa informasi adalah kumpulan data yang telah diolah sehingga memiliki makna bagi seseorang yang menerimanya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka definisi mutu atau kualitas pelayanan adalah tolak ukur pada suatu produk atau jasa yang

²⁴ C. Gronross, *Services Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition* (Lexington: Massachusetss, 1997).

²⁵ dkk Ivancevich, *Organizational Behavior and Management* (Boston: Irwin Mc Graw-Hill, 1997).

²⁶ R. Kelly Rainer and Casey G Cegielski, *Introduction to Information Systems*, 3rd edition (Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, 2015), 10.

²⁷ C. Coronel and S. Morris, "Database Systems: Design, Implementation, & Management," *Cengage Learning* 11 (2015).

memenuhi kepuasan dan harapan pelanggan. Mutu dalam proses penyelenggaraan publik ditentukan dari proses pemberian pelayanan tersebut kepada masyarakat. Proses ini dimulai dari munculnya kebutuhan masyarakat, tanggapan atau respon dari penyelenggara, sampai pada *feedback* dari masyarakat berupa penilaian tentang kepuasan masyarakat. Jika masyarakat merasakan kebutuhan informasinya telah terpenuhi dengan baik dan mereka memiliki loyalitas dan kepercayaan yang tinggi untuk menggunakan kembali layanan tersebut, maka organisasi atau instansi bersangkutan akan semakin tinggi pula reputasinya atau terbentuk citra yang positif.

2. Indikator Mutu Pelayanan Informasi

Mutu atau kualitas pelayanan dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan secara nyata dengan beberapa indikator. Indikator mutu pelayanan tersebut disampaikan oleh Zeithml, Berry, dan Parasuraman dalam Tjiptono, yakni sebagai berikut:²⁸

- a. *Tangibles* (bukti terukur) yaitu penampilan dari segi fasilitas fisik perkantoran, peralatan, personalia, dan media komunikasi
- b. *Reability* (keandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang akurat dan handal
- c. *Responsivess* (daya tanggap) yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat

²⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009).

- d. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan pegawai berupa pengetahuan yang luas dan memberikan rasa percaya terhadap pelanggan
- e. *Emphaty* (empati) yaitu kemampuan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian individual kepada para pelanggan

Sedangkan menurut Gaspersz, terdapat beberapa dimensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

- e. Ketepatan waktu yaitu waktu tunggu dan waktu proses pelayanan.
- f. Akurasi pelayanan yaitu bagaimana perilaku para pegawai yang memberikan pelayanan.
- g. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
- h. Tanggung jawab yaitu berkaitan dengan tugas dan kewajibannya untuk menangani keluhan dari pelanggan.
- i. Kemudahan mendapatkan pelayanan
- j. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan
- k. Atribut pendukung lainnya, yaitu kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, dan lain-lain.²⁹

Beberapa poin di atas menunjukkan bahwa dalam upaya peningkatan mutu pelayanan informasi harus didukung oleh sikap, perilaku, fasilitas, dan sarana prasarana yang dapat memudahkan pelaksanaan pelayanan secara efektif dan efisien.

3. Tujuan Pelayanan Informasi

²⁹ Christopher Lovelock and Laurent Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Indeks, 2007), 99.

Pada hakikatnya, pelayanan yang diberikan kepada masyarakat adalah suatu bentuk pemenuhan kebutuhan yang menjadi haknya dan pelayanan bagi pemerintahan adalah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sebagai fungsi dasar pemerintahan. Oleh karena itu, fungsi tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan pelayanan publik untuk menjahterakan masyarakat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik mencakup semua kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan masyarakat baik berupa barang, jasa, atau lainnya dengan mematuhi pedoman yang berlaku. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Pasal 1 tentang Pelayanan Publik.

Tujuan utama dari pelayanan informasi publik adalah untuk menjamin hak masyarakat dalam mengetahui bagaimana kebijakan dan program dari pemerintah. Hal ini telah diatur dalam Undang-Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik untuk menuju tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Guna mendukung tujuan tersebut, maka partisipasi masyarakat dalam proses peningkatan penyelenggaraan pelayanan publik sangatlah penting.

Rohmad juga menyampaikan bahwa masyarakat tidak hanya sebagai pihak pengguna layanan, akan tetapi juga diarahkan untuk menjadi masyarakat yang peduli dalam membangun lingkungan sosial politik. Masyarakat diharapkan agar dapat berperan aktif dalam memberikan masukan, saran, kritik, dan dialog aktif untuk membangun solidaritas informasi publik. Jika hal tersebut dapat terlaksana dengan baik maka akan

berdampak pada kinerja dan kualitas pelayanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

C. Media Sosial sebagai Media Komunikasi Hubungan Masyarakat

1. Definisi Hubungan Masyarakat

Istilah hubungan masyarakat atau disingkat “humas” dalam Bahasa Inggris disebut dengan *public relations* atau disingkat menjadi PR. Istilah tersebut baru dikenal abad ke-20, akan tetapi konsep dasarnya telah dilaksanakan sejak beberapa abad sebelumnya. Humas sendiri pada dasarnya merupakan upaya untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan mengintegrasikan khalayak dalam kehidupan masyarakat. Tujuan humas tersebut agar antara satu dengan yang lain saling memiliki pengertian, kesesuaian, keuntungan, dan kesenangan.³⁰

Mukarom dalam bukunya “Manajemen *Public Relation*: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat” menyebutkan bahwa para pakar humas telah menetapkan beberapa definisi singkat tentang humas, yaitu:³¹

- a. Menurut Frazier, humas adalah suatu fungsi manajemen yang digunakan untuk mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan prosedur seorang individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan melaksanakan program untuk memperoleh pengertian dan penerimaan dari publik.

³⁰ Zainal Mukarom, *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: Pustaka Setia, 2019).

³¹ Mukarom.

- b. Menurut Frank Jefkins, humas adalah sesuatu yang berisikan keseluruhan aktifitas komunikasi ke dalam maupun ke luar secara terencana, dari organisasi kepada khalayak untuk memperoleh tujuan-tujuan spesifik yang didasarkan pada sikap saling pengertian.
- c. Menurut Abdurrahman menyampaikan definisi humas menjadi dua, yaitu humas sebagai teknik komunikasi dan metode komunikasi. Tujuannya agar dapat memperoleh dukungan dan citra positif baik dari pihak internal maupun eksternal.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa humas merupakan suatu kegiatan komunikasi yang direncanakan oleh organisasi untuk memenuhi kebutuhan publik internal dan eksternal agar memperoleh dukungan dan citra positif atas setiap program yang dilakukan.

2. Tugas dan Peran Humas

Secara khusus, humas menjadi bagian dari fungsi manajemen suatu organisasi untuk membangun dan memelihara komunikasi, dukungan, dan kerjasama. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi dua arah yaitu organisasi dengan publik. Di sini, praktisi humas bertugas mengetahui bagaimana mempersiapkan pelayanan yang akan diberikan dengan sebaik mungkin untuk kemudian diselaraskan dengan keinginan dan harapan publik. Jika dalam pelayanan tersebut ditemukan keluhan atau kritikan, maka humas harus melakukan komunikasi secara efektif untuk

menjadikannya sebagai bahan masukan bagi evaluasi kinerja suatu organisasi.³²

Sejalan dengan pernyataan di atas, Thomas dalam bukunya “*Public Relations Pedoman Praktis untuk PR*” berpendapat bahwa tugas-tugas utama praktisi humas adalah mengevaluasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dimiliki perusahaan atau organisasi. Kemudian, dari hasil evaluasi tersebut dapat diketahui seperti apa masalah yang dihadapi saat ini dan bagaimana cara untuk menyelesaikannya. Dalam proses pencarian solusi tersebut, humas dapat menyampaikan bagaimana perkembangan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi reputasi organisasi sehingga dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan oleh manajemen puncak.³³

Berkaitan dengan pelaksanaan tugasnya, *Dozier & Broom* dalam Ruslan, mengungkapkan bahwa humas memiliki beberapa peran sebagai berikut:³⁴

a. Sebagai penasehat ahli

Humas merupakan pihak yang memiliki kemampuan dan peluang besar untuk membantu mencari solusi tepat atas permasalahan yang terjadi antara organisasi dengan publik.

b. Sebagai fasilitator komunikasi

³² Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations: Teori Dan Praktik* (Jakarta: PT. Grasindo, 2002).

³³ Colin Coulsin and Thomas, *Public Relations: Pedoman Praktis Untuk PR* (Jakarta : Bumi Aksara, 1990). Hlm. 18

³⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, 3rd ed. (Jakarta: Rajawali Press, 2016).

Humas berperan menjadi komunikator atau mediator dalam membantu mendengarkan harapan organisasi dan publik agar dapat tercipta sikap saling memahami, saling menghargai, dan saling mendukung.

c. Sebagai fasilitator proses pemecahan masalah

Humas membantu pimpinan dalam proses pengambilan keputusan dengan berperan menjadi seorang penasihat sehingga dapat mencegah terjadinya keputusan yang tidak sesuai.

d. Sebagai teknisi komunikasi

Dalam hal ini, humas menjadi pihak yang membina jalannya komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik. Humas juga berperan menyampaikan informasi dan publikasi terkait program kerja organisasi.

Jadi, humas ini berperan sebagai jembatan penghubung antara pimpinan dengan publik, baik internal maupun eksternal, dengan berupaya untuk memberikan informasi berkaitan dengan kegiatan organisasi sehingga dapat terwujud jalinan hubungan yang harmonis dan muncul opini publik yang puas terhadap layanan yang diberikan.

3. Komunikasi Humas

Humas pemerintah mempunyai peran penting dalam pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan. Seperti yang disampaikan oleh Ruslan, humas pemerintah mempunyai dua peran penting yakni peran taktis dan peran strategis. Dalam peran taktis atau jangka pendek, humas pemerintah berupaya untuk memberikan pesan dan informasi yang dapat memotivasi

dan mempengaruhi perkembangan kehidupan masyarakat. Sedangkan, peran strategis humas pemerintah atau dalam jangka panjang adalah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan seperti memberikan saran, gagasan, dan ide yang mendukung berjalannya program-program dari instansi yang bersangkutan.³⁵

Peran humas pemerintah di atas menitikberatkan pada beberapa tujuan utama. Tujuan-tujuan tersebut tidak terlepas dari tiga hal seperti yang dikemukakan oleh Betty Wahyu Nilasari dalam bukunya *Humas Pemerintah*, yaitu reputasi dan citra, jembatan komunikasi, dan *mutual benefit relationship*. Reputasi dan citra yang positif akan menunjukkan kesuksesan dari hasil kinerja pemerintahan. Maka dari itu, komunikasi humas pemerintah dalam menyampaikan aspirasi juga harus benar-benar menjadi perantara dari masyarakat agar tercipta *mutual benefit relationship*. Maksudnya, humas harus menjamin bahwa pemerintah dapat menjamin agar fungsi-fungsi yang dijalankannya merupakan bukti tanggungjawab sosial.³⁶

Sesuai dengan peraturan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah, terdapat dua misi humas pemerintah yaitu membangun citra dan reputasi positif. Dalam menjalankan tugasnya sebagai salah satu aparatur negara, humas bertugas membentuk opini yang berkembang di

³⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2011). Hlm. 11

³⁶ Betty Wahyu Nilasari, *Humas Pemerintah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012). Hlm. 7

masyarakat, mulai dari menerima pesan-pesan sampai mengolahnya menjadi pertimbangan dalam kebijakan pemerintah. Kebijakan-kebijakan tersebut nantinya akan disosialisasikan kepada masyarakat melalui program-program pelayanan publik.

Penyampaian informasi kepada masyarakat luas harus disertai dengan teknik, metode, dan media komunikasi yang tepat agar masyarakat dapat menunjukkan perubahan dalam hal pengetahuan, pengertian, dan perilakunya.³⁷ Oleh karena itu, diperlukan analisis dan strategi pendekatan publik tentang bagaimana kondisi yang sedang terjadi serta apa saja dampak yang ditimbulkan selanjutnya. Kerjasama dengan berbagai pihak perlu ditingkatkan, mengingat bahwa penggunaan media yang beragam, baik media massa dan media digital ini menjadi bagian dari komunikasi dengan publik. Masyarakat mengharapkan adanya kemudahan akses media informasi dalam pelayanan publik. Termasuk dalam proses penetapan kebijakan, humas pemerintah juga berperan penting memberikan penjelasan agar kebijakan tersebut tidak merugikan dan memberatkan publik.

D. Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi

Dalam rangka membangun dialog aktif antara pemerintah dengan masyarakat dibutuhkan peran humas atau *public relation* sebagai jembatan

³⁷ Dalilah Ayu Permatasari, Irsyadatun Ni'mah Almatin, and Wiladatus Sholihah, "Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pengelolaan Layanan Informasi E-Government Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik," *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam* 3, no. 1 (March 26, 2021): 69–82, <https://doi.org/10.15642/japi.2021.3.1.69-82>.

komunikasi dua arah antara keduanya.³⁸ Humas harus tanggap menerima informasi dan aspirasi masyarakat sebagai bagian pertimbangan dalam penyusunan kebijakan publik. Sebab, kebijakan publik ini pada dasarnya digunakan untuk kepentingan publik itu sendiri. Maka dari itu, selain bertugas untuk membangun citra positif, humas juga turut andil dalam menciptakan penyelenggaraan sistem pemerintahan yang transparan.³⁹ Pelayanan informasi publik harus menggunakan model komunikasi yang efektif dan adanya kerjasama semua pihak termasuk dengan media-media humas guna mendukung intensitas interaksi dengan publik.

Komunikasi dilakukan dengan tujuan agar tercipta sikap saling mengerti, saling percaya, dan saling mendukung dalam proses penyelenggaraan pelayanan informasi publik. Guna mendukung pencegahan penyebaran informasi atau berita bohong, ujaran kebencian, dan fitnah yang mengganggu jalannya pemerintahan, maka humas harus mempersiapkan media resmi milik instansi yang bersangkutan.⁴⁰

Dukungan teknologi dan informasi yang berkembang saat ini diharapkan mampu meningkatkan mutu pelayanan publik dan mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat. Seperti halnya konsep e-government yang disampaikan oleh Kasiyanto dalam Kusuma Habibie, bahwa penerapan teknologi elektronik pada kegiatan pemerintahan baik internal

³⁸ Nurul Badriya, "Digital Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Sumenep Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik" (Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2023).

³⁹ Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, and Evi Novianti, "Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik," *Profesi Humas* 6, no. 2 (2022): 286–310.

⁴⁰ Ruchiat Nugraha, Fatma Sjoraida, and Novianti.

maupun eksternal bertujuan agar kinerja pemangku pemerintahan dapat berjalan efektif, efisien, cepat, dan transparan. Sehingga, terdapat perubahan dalam proses pelayanan informasi yang awalnya secara langsung kepada masyarakat, saat ini cukup melalui media digital atau media sosial yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun berada.⁴¹

Desain konten pada media sosial milik instansi pemerintahan perlu dipersiapkan dengan tepat untuk menjaga citra, meningkatkan reputasi, dan menampung aspirasi publik.⁴² Mengingat bahwa, media sosial dapat diakses oleh semua pihak maka humas harus beradaptasi dengan penggunaannya. Misalnya, bagaimana upaya menarik publik dengan memberikan respon secara cepat dan informasi yang disebarluaskan terjamin kebenarannya. Hal ini dikarenakan sebagai instansi pemerintahan tentu harus menyajikan konten yang benar-benar berkaitan dengan pelayanan masyarakat. Maka, penggunaan kata juga perlu diperhatikan agar dapat dipahami dengan baik sebab cara komunikasi yang digunakan masyarakat itu beragam.

Praktisi humas harus memiliki strategi yang tepat dan baik, yaitu strategi yang direncanakan secara matang untuk mencapai hasil seoptimal mungkin. Cutlip dan Center dalam Nova merumuskan strategi humas dalam pelayanan meliputi *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*.⁴³ Pertama, *fact finding* yaitu melakukan pengamatan atau analisis tentang

⁴¹ Dedi Kusuma Habibie, "Citizen-Centric E-Government Pelayanan Publik," *Jurnal Kebijakan Publik* 10, no. 1 (March 2019).

⁴² Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, 1st ed. (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

⁴³ F Nova, *PR War: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukkan Media Dan Memenangkan Simpati Publik* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), 25.

fenomena yang ada di lapangan. Kedua, *planning* yaitu menyusun rencana strategi yang harus dilakukan untuk menghadapi fenomena yang terjadi. Ketiga, *communicating* yaitu melakukan komunikasi kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan operasional dan mengeksekusi strategi tersebut. Keempat, *evaluating* yaitu mengadakan evaluasi capaian strategi yang telah dilaksanakan, apakah sudah berjalan sesuai dengan rencana atau tidak.

Strategi tersebut dapat diimplementasikan untuk menunjang kerja humas dalam mempublikasikan informasi di media sosial. Humas harus memperhatikan dengan detail dalam mengolah informasi atau pesan-pesan pemerintah. Selain itu, humas harus juga mampu memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

E. Perspektif Teori dalam Islam

Pada dasarnya, penyelenggara pelayanan yakni instansi pemerintah dalam organisasi kementerian, departemen, lembaga pemerintah, dan instansi lainnya baik di pusat maupun daerah terus mengupayakan terlaksananya pelayanan publik yang efektif dan efisien. Dalam perkembangannya, sebagai dampak dari digitalisasi dan modernisasi telah menuntut pelayanan publik berbasis digital. Oleh karena itu, Islam memandang kondisi tersebut harus dimanfaatkan dengan baik demi kemaslahatan umat. Islam terbuka melihat peluang ini untuk mengembangkan pelayanan publik menuju peradaban yang lebih baik.

Dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang baik, maka harus menerapkan konsep maslahat di dalamnya. Sebab antara permasalahan

pemerintahan tentu tidak terlepas dari *maqasid al Syariah*.⁴⁴ Keduanya mempunyai prinsip dan tujuan yang sama yaitu demi kemaslahatan dan kepentingan umat. Konsep pemerintahan yang baik merupakan bagian dari fikih *siyash* di mana nantinya kebijakan yang diambil pemerintah ini dapat sesuai dengan ajaran Islam.

Konsep *maqasid al Syariah* menjadi pedoman pemerintah untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemerintahan dengan berorientasi pada kemaslahatan umat. Maka dari itu, pemerintah sudah seharusnya memperhatikan dengan benar beberapa aspek yang dapat mendukung terlaksananya konsep maslahat. Diantara aspek tersebut antara lain penguatan nilai-nilai akuntabilitas, transparansi, supremasi hukum, dan partisipasi publik dalam pelaksanaan birokrasi publik.⁴⁵ Melalui implementasi dan sinergi aspek-aspek ini diharapkan dapat menjadikan instansi semakin kuat dan memberikan manfaat secara maksimal. Di sisi lain, kedepannya konsep *good and clean governance* ini dapat diterapkan juga oleh lembaga publik pemerintahan lainnya.

Praktik pelayanan publik dalam Islam merupakan kajian khusus di bidang muamalah. Kaidah bidang muamalah ini berlandaskan pada dalil sebagai berikut:⁴⁶

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

⁴⁴ Sri Warjiyati, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Good Governance Dalam Pelayanan Publik," *Jurnal Hukum Islam* XVIII, no. 1 (June 2018): 119–32.

⁴⁵ Nur Rohim Yunus, "Menciptakan Good and Clean Government Berbasis Syariah Islamiyah Dalam Tata Kelola Pemerintahan Republik Indonesia," *Nur El-Islam Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan* 3, no. 1 (April 2016): 143–75.

⁴⁶ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016).

“Hukum asal segala sesuatu dalam muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.

Kaidah di atas juga merujuk pada firman Allah dalam surat Yunus ayat 59 sebagai berikut:⁴⁷

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ إِنَّ اللَّهَ أَدْنَىٰ لَكُمْ أُمَّ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ

“Artinya: Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal". Katakanlah: "Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?"

Berdasarkan ayat tersebut segala sesuatu hukum asalnya adalah mubah.

Kemudian, jika dikaitkan dengan kaidah fikih sebelumnya, maka dapat dipahami bahwa hukum dasar muamalah adalah mubah, kecuali ada syariat atau *nash* yang secara tegas menyebutkan tentang larangan atau keharamannya.

Fikih bidang muamalah sendiri mencakup hukum yang mengatur tentang segala aktifitas antar manusia satu dengan lainnya. Seperti halnya pelayanan publik juga merupakan bagian dari kajian muamalah karena mencakup tentang proses pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh antar manusia. Fikih muamalah memiliki beberapa asas atau prinsip, antara lain prinsip mubah, suka sama suka, keadilan, saling menguntungkan, tolong menolong, dan tertulis.⁴⁸

Pertama, prinsip mubah menjadi hukum dasar atas segala hal dan perbuatan manusia. Kedua, prinsip suka sama suka yaitu kerelaan dari kedua

⁴⁷ Departemen Agama RI, “Qur’an Kemenag,” Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur’an Gedung Bayt Al-Qur’an & Museum Istiqlal, 2022.

⁴⁸ Jamaluddin, “Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (Al-Bai’) Perspektif Islam,” *Tribakti Jurnal Pemikiran Keislaman* 28, no. 2 (2017): 293–94.

belah pihak. Ketiga, prinsip keadilan yaitu menghindari adanya kerusakan, penipuan, dan lainnya. Keempat, prinsip saling menguntungkan yaitu menghindari praktik-praktik yang dapat mendatangkan kerugian. Kelima, prinsip tolong menolong antar sesama manusia dalam berbagai hal yang positif dan baik. Keenam, prinsip tertulis yaitu adanya kesepakatan secara tertulis sebagai bukti atau jaminan disertai saksi yang dapat memegang tanggungjawab penuh.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi era globalisasi saat ini berdampak pada setiap aktifitas manusia, termasuk dalam bidang pemerintahan. Salah satunya adalah pelayanan publik, di mana mayoritas instansi telah bertransformasi menuju pelayanan berbasis digital yaitu media sosial. Media sosial menjadi jembatan komunikasi guna melayani kebutuhan masyarakat secara online. Dalam hal ini, Islam memberikan panduan terkait perubahan dalam proses pelayanan informasi publik. Melalui kaidah fikih di atas telah menunjukkan bahwa fikih muamalah bersifat fleksibel (dinamis) dan *up to date* terhadap aktivitas muamalah di zaman modern.

Saat ini, informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat dimanapun mereka berada. Informasi harus disampaikan berdasarkan fakta yang ada. Dalam hal ini, Allah berfirman pada surat Al-Hujurat ayat 6:⁴⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبْحُوا

عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تُلَدِمِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu*

⁴⁹ Departemen Agama RI, "Qur'an Kemenag."

tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (QS. Al-Hujarat: 6).

Ath-Thabari memberikan penafsiran kepada ayat di atas sebagai berikut

“periksalah suatu berita dengan teliti, jangan sampai menimpakan musibah kepada orang lain yang tidak bersalah sebab ketidaktahuan keadaan yang sebenarnya. Adanya larangan untuk tergesa-gesa dalam mengambil tindakan terhadap suatu berita bisa berakibat sangat fatal. Sejatinnya penyesalan datang terlambat jangan sampai menyesal karena akibat tindakan tersebut yang tergesa-gesa.”⁵⁰

Berdasarkan penafsiran tersebut maka ayat ini menjelaskan agar manusia teliti dalam menerima dan menyebarkan suatu informasi. Dengan kata lain, informasi tersebut harus dapat dipastikan kebenarannya. Sehingga, baik dari pihak penyebar informasi dan penerima informasi saling mengecek terlebih dahulu apakah sudah valid atau tidak, sebelum informasi semakin menyebar luas.

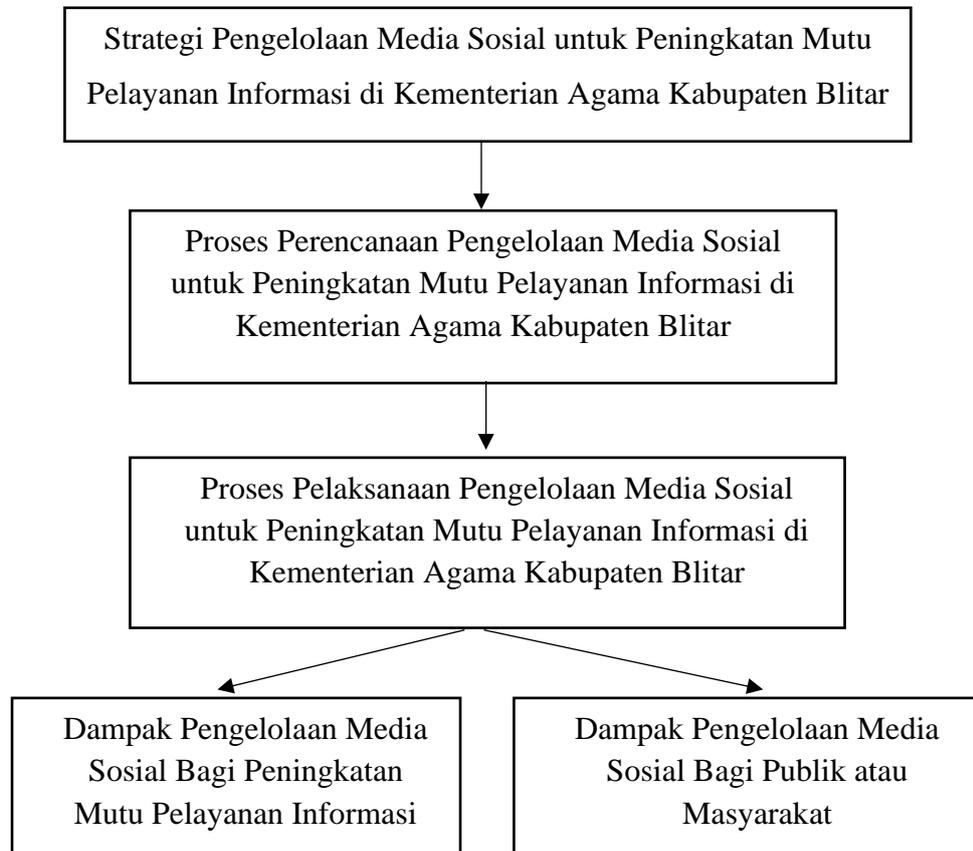
Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, pada dasarnya Islam memperbolehkan pemanfaatan teknologi informasi guna mempermudah segala urusan manusia. Dengan kata lain, proses digitalisasi dalam pelayanan publik yang berkembang ini memiliki konsep dasar untuk menumbuhkan pelayanan informasi yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabilitas. Hal ini sesuai dengan kajian Islam tentang prinsip-prinsip bidang muamalah, salah satunya adalah perbuatan tolong menolong dalam kebaikan antarsesama makhluk, yaitu

⁵⁰ Abi Ja'far Muhammad bin Jarir al-Tabari, *Tafsir Al-Tabari*, 23rd ed. (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007).

saling menolong antara penyelenggara layanan, pemberi layanan, dan pengguna layanan.

Pelayanan informasi oleh pemerintah melalui media sosial sebagai dampak era globalisasi ini lebih cenderung dimanfaatkan karena fitur kemudahan akses informasi oleh masyarakat. Akan tetapi, pada penerapannya harus menghindari hal-hal yang dapat merugikan seperti penyebaran berita hoaks atau penipuan, ketidaktepatan penanganan kebutuhan masyarakat, dan lain sebagainya. Maka dari itu, dalam penyelenggaraan pelayanan publik juga perlu mengedepankan prinsip, etika, dan norma-norma yang berlaku dalam kehidupan sosial.

F. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian kualitatif menurut Moelong adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang di amati dari orang-orang yang diteliti.⁵¹ Melalui pendekatan kualitatif ini diharapkan dapat mengungkap atau memperoleh informasi data penelitian secara menyeluruh dan mendalam. Metode studi kasus menurut Yin merupakan cara yang tepat untuk menjelaskan fenomena yang terjadi, di mana peneliti mempunyai sedikit kontrol atas fenomena tersebut, dan ketika penelitian fokus pada fenomena kontemporer di berbagai konteks kehidupan nyata.⁵² Selain itu, studi kasus pada dasarnya meneliti seseorang atau kelompok sosial tertentu secara mendalam dan lebih rinci. Dalam hal ini, peneliti menggunakan studi kasus untuk meneliti bagaimana proses pengelolaan media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar di Jalan Ahmad Yani 103. Blitar, Jawa Timur, lebih tepatnya pada Sub Bagian Humas Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

⁵¹ Lexy Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

⁵² R Yin, *Case Study Research: Design and Methods*, 3rd editio (California: Thousands Oaks, 2003).

C. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah target populasi yang memiliki karakteristik tertentu serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari tentang informasi yang didapatkan kemudian untuk ditarik kesimpulannya.

1. Wawancara dengan Bapak Drs. Baharuddin, M.Pd. selaku Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar, Bapak Drs. H. Syaikhul Munib, M. Ag selaku Kepala Sub Bagian Tata Usaha, dan Bapak Jamil Mashadi selaku Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar
2. Wawancara dengan pegawai Humas dan tim pengelola media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar
3. Wawancara dengan pengguna media sosial atau pengguna jasa layanan informasi untuk mencocokkan data dari beberapa informan apakah telah sesuai atau tidak.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber utama. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber utamanya adalah Pimpinan kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar dalam mutu pelayanan yang dilakukan oleh Seksi Humas. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala kantor, kasi bidang humas, pegawai humas, dan tim pengelola media sosial sebagai informan mengenai strategi pengelolaan media sosial humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Peneliti juga

mewawancarai pengguna media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar sebanyak tiga informan mengenai publikasi informasi yang telah dilakukan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu, juga kajian pustaka dari penelitian terdahulu dalam bentuk buku, jurnal, internet, media, dan lainnya terkait penelitian strategi humas dan pelayanan informasi atau manajemen pelayanan kantor.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi menurut Kartini Kartono merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dilakukan secara terus menerus sehingga penelitian semakin mendalami fenomena sosial yang diteliti sesuai apa adanya.⁵³ Kegiatan observasi pada penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu secara langsung dan tidak langsung. Observasi secara langsung dilakukan dengan menemui pihak Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar dan mengikuti beberapa kegiatan yang dilakukan. Sedangkan observasi secara tidak langsung dapat dengan melakukan melalui pengamatan pada tahapan proses pengelolaan media sosial untuk

⁵³ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Bandar Maju, 1990), 171.

publikasi informasi yang dilakukan Kementerian Agama Kabupaten Blitar, platform media sosial resmi instansi, dan jangkauan informasi melalui fitur insight yang ada.

2. Wawancara

Menurut Sutrisno Hadi, metode wawancara adalah salah satu cara untuk mendapatkan data dengan melakukan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara fisik. Wawancara digunakan untuk memperoleh permasalahan yang harus diteliti dan informasi yang diperoleh dari responden yang lebih mendalam.⁵⁴ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara untuk memperoleh informasi dalam rangka memperkuat data yang diperoleh untuk dokumentasi.

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan agar wawancara dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Peneliti juga mempersiapkan alat perekam suara berupa *recorder* agar hasil wawancara lebih akurat. Wawancara berisi mengenai, pengalaman, pendapat, tanggapan, pengetahuan, dan fakta yang berkaitan dengan pelayanan informasi serta keterbukaan informasi yang sudah dilakukan oleh pihak Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

Adapun informan dalam wawancara ini sebagai berikut:

- a. Kasubag TU Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Dari informan ini peneliti akan mewawancarai terkait profil instansi, dampak pengelolaan media sosial terhadap pelayanan informasi kepada masyarakat atau publik, perkembangan penggunaan media sosial,

⁵⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 1986), 138.

serta berbagai data lain terkait instansi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

- b. Kasi Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Dari informan ini peneliti akan mewawancarai terkait latar belakang dan tujuan penggunaan media sosial dan perkembangan pelayanan informasi berbasis media sosial serta dampaknya terhadap pelayanan informasi instansi.
 - c. Tim pengelola media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Dari informan ini peneliti akan mewawancarai terkait prosedur pemanfaatan media sosial untuk publikasi informasi, tahapan proses pembuatan konten sampai dengan publikasinya, evaluasi, dan dampak adanya pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
 - d. Pengguna media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Dari informan ini peneliti akan mewawancarai terkait respon yang diberikan terhadap pelayanan informasi berbasis media sosial dan dampak yang dirasakan atas pengelolaan media sosial tersebut.
3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Koentjaraningrat adalah pengumpulan data tertulis tentang fakta-fakta yang akan dijadikan sebagai bukti fisik dan hasil penelitian agar penelitian ini menjadi akurat. Dokumen berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh melalui metode

lainnya.⁵⁵ Melalui metode ini, penulis mengumpulkan data melalui segala hasil publikasi informasi di platform media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar, dokumentasi foto kegiatan humas, dokumen kebijakan pengelolaan media sosial, dan data-data lain yang menunjang sumber informasi dalam penelitian ini.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memeriksa data dari berbagai informan untuk mengecek atau membandingkan data-data yang telah diperoleh. Berikut ini adalah tridangulasi yang digunakan peneliti sebagaimana yang disebutkan oleh Sugiyono, yaitu:⁵⁶

1. Triangulasi sumber merupakan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber, seperti hasil wawancara, arsip, dan dokumen lainnya. Peneliti membandingkan data yang disampaikan di depan umum dengan data yang disampaikan secara pribadi.
2. Triangulasi metode merupakan cara mengecek data yang diperoleh dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dari hasil observasi kemudian dicek dengan hasil wawancara. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa informan dan melakukan observasi langsung terkait dengan proses humas dalam mengelola media sosial di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

⁵⁵ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, 3rd ed. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 63.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 274.

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan mengatur secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Menurut Miles dan Huberman, terdapat langkah-langkah dalam menganalisis data, yaitu:⁵⁷

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah kegiatan pencarian, pencatatan, dan pengumpulan data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil wawancara dan observasi.

2. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, dan penyederhanaan data yang dikumpulkan berdasarkan catatan tertulis di lapangan. Pada tahap ini juga mempertegas, meringkas, dan mengatur data yang benar-benar penting agar dapat ditarik kesimpulan.

3. Penyajian data

Penyajian data adalah pemaparan informasi yang tersusun untuk kemudian diambil kesimpulan. Penyajian data memerlukan perencanaan kolom dan tabel bagi data kualitatif dalam bentuk khususnya.

4. Verifikasi data

Verifikasi data adalah proses penulisan laporan penelitian untuk menilai kebenaran teori yang digunakan dengan data atau fakta yang ada

⁵⁷ Matthew B Miles, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru/ Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman: Penerjemah Tjejep Rohendi Rohidi* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1992), 15–19.

di lapangan. Kemudian, data tersebut diolah dan dianalisis agar dapat teruji secara hipotesis penelitian yang telah ditentukan.

5. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah menarik garis besar atau kesimpulan dari hasil penelitian secara menyeluruh.

H. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Persiapan

Pada tahap ini peneliti menyusun rancangan penelitian, menetapkan lokasi penelitian, melakukan izin penelitian, memilih informan penelitian dan menyusun instrumen penelitian.

2. Lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memahami lapangan.

3. Pengolahan Data

Pada tahap ini peneliti melakukan pengolahan data yang sudah diperoleh dengan analisis data, mengambil kesimpulan dan verifikasi, dan menarasikan hasil analisis.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Kementerian Agama awalnya bernama Departemen Agama yang merupakan departemen perjuangan karena tidak terlepas dari perjuangan bangsa Indonesia. Saat itu, Anggota Komite Nasional Indonesia Pusat memberikan usulan agar urusan keagamaan diurus oleh departemen khusus. Selanjutnya, berdasarkan Penetapan Pemerintah Nomor 1/SD Tahun 1946 tepatnya pada 3 Januari 1946 lahirlah Kementerian Agama. Berdasarkan penetapan Menteri Agama Nomor: 6 Tahun 1956 1 Maret 1956 diputuskan bahwa 3 Januari 1946 ditetapkan sebagai hari “berdirinya Departemen Agama RI”. Pada peringatan ulang tahun Departemen Agama ke 34, tanggal 3 Januari 1980 peringatan tersebut diubah menjadi “Hari Amal Bhakti Departemen Agama” disingkat “HAB Depag” dengan motto “IKHLAS BERAMAL”.

Adapun sejarah awal sebelum terbentuknya nama Departemen Agama Kabupaten Blitar adalah menurut KMA nomor 6 tahun 1977 yang ditindaklanjuti dengan KMA nomor 45 tahun 1981 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Agama, Kantor Departemen Agama Kabupaten/Kota dan Balai Diklat Pendidikan Teknis Keagamaan. Departemen Agama telah mengalami beberapa pergantian nama, mulai dari Kantor Kepenghuluan Kabupaten hingga berubah menjadi

Kantor Urusan Agama Tingkat II. Hal ini berdasarkan KMA nomor 47 tahun 1963 tentang perencanaan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Agama.

Pada akhirnya, pergantian nama menjadi Kementerian Agama Kabupaten Blitar terhitung mulai 28 Januari 2010 sesuai dengan PMA nomor 1 tahun 2010 tentang perubahan Penyebutan Departemen Agama menjadi Kementerian Agama. Instansi ini mengawali kegiatan perkantoran pada Tahun 1977 yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani 103 Blitar.⁵⁸

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi, Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengacu pada Tujuh Program Prioritas Kementerian Agama tahun 2023, yaitu Penguatan Moderasi Beragama, Transformasi Digital, Revitalisasi KUA, *Cyber Islamic University* (Perguruan Tinggi Keagamaan), Kemandirian Pesantren, *Religiosity Index*, dan Pencanangan Tahun Toleransi 2023. Keseluruhan program ini menjadi acuan dalam penyelenggaraan program di Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

Program Kementerian Agama Kabupaten Blitar mencakup beberapa bidang, mulai dari bidang keagamaan, pendidikan sampai sosial. Bidang keagamaan utamanya dinaungi oleh seksi Penyelenggaraan Haji dan Umrah, seksi Bimbingan Masyarakat Islam, Penyelenggara Kristen, Penyelenggara Katolik, dan Penyelenggara Hindu. Bidang pendidikan dijalankan oleh seksi Pendidikan Madrasah, seksi Pendidikan Agama Islam, juga seksi Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren. Terakhir, bidang

⁵⁸ Profil Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Diakses melalui website <https://blitar.kemenag.go.id/profil> pada 26 Desember 2023

sosial dijalankan oleh Penyelenggara Syariah untuk pelaksanaan zakat, wakaf, dan sebagainya.

2. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Berikut ini adalah visi dan misi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.⁵⁹

a. Visi

Terwujudnya masyarakat Kabupaten Blitar yang taat beragama, berpendidikan, mandiri dan sejahtera.

- 1) Taat Beragama, yaitu suatu mainstream sikap masyarakat yang dijiwai dari ruh agama, sehingga semua tindakan atau perbuatan dan kebijakan yang terdapat dalam tatanan masyarakat tersebut didasarkan atas aturan-aturan agamanya.
- 2) Berpendidikan, yaitu memiliki kepandaian yang bagus, baik dalam konteks pendidikan formal maupun non formal, sehingga mampu menyelesaikan berbagai permasalahan kemasyarakatan dan keummatan secara mandiri.
- 3) Mandiri, yaitu keadaan atau sikap masyarakat yang independent dan tidak bergantung pada siapapun dalam melaksanakan kehidupannya.

b. Misi

Meningkatkan pelayanan prima kepada masyarakat melalui:

- 1) Peningkatan kualitas beragama
- 2) Peningkatan kualitas kerukunan umat beragama

⁵⁹ Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Diakses melalui website <https://blitar.kemenag.go.id/profil> pada 26 Desember 2023

- 3) Peningkatan kualitas pendidikan agama dan pendidikan keagamaan
- 4) Peningkatan kualitas penyelenggaraan ibadah haji.
- 5) Peningkatan tata kelola dan akuntabilitas kinerja

3. Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Berikut adalah struktur organisasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.⁶⁰

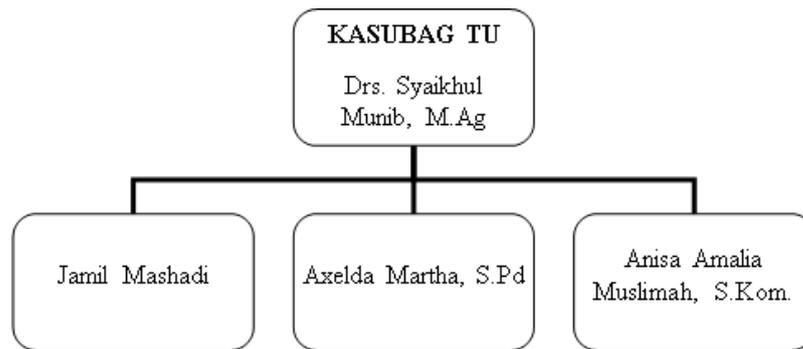


Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar

4. Struktur Organisasi Humas

Berikut adalah struktur organisasi humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar berdasarkan Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar Nomor 5 tahun 2023:

⁶⁰ Sumber Data: Dokumentasi Struktur Organisasi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar tahun 2023



Bagan 4. 2 Struktur Organisasi Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Adapun pembagian tugasnya adalah sebagai berikut:⁶¹

- a. Drs. Syaikhul Munib, M.Ag, bertugas membimbing, memantau, dan memeriksa kinerja anggota humas.
- b. Jamil Mashadi, bertugas dengan hubungan pihak eksternal seperti wartawan, radio, dan TV.
- c. Axelda Martha, S.Pd bertugas sebagai peliputan, redaktur, dan editor.
- d. Anisa Amalia Muslimah, S.Kom bertugas sebagai Web Developer, Web Admin, desain konten, dan editor.

5. Program Kerja Humas

Program kerja kehumasan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengacu pada Perjanjian Kinerja Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar, yaitu peningkatan kualitas layanan hubungan masyarakat dan informasi. Diantara program kerja humas tersebut yaitu:⁶²

- a. Menyusun program pelayanan informasi dan kehumasan berupa TOR atau proposal kegiatan.

⁶¹ Sumber Data: Dokumentasi Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar Nomor 5 tahun 2023 tentang Struktur Organisasi Humas

⁶² Sumber Data: Dokumentasi Program Kerja Kehumasan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar Tahun 2023

- b. Melaksanakan pelayanan informasi dan kehumasan secara langsung di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar maupun secara daring melalui media sosial dan *whatsapp center*.
- c. Melaksanakan sosialisasi kegiatan secara langsung dalam rapat kerja maupun melalui media sosial berupa berita, artikel, materi foto maupun video. Adapun media yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, dan *Whatsapp center*.
- d. Merancang dan menjadi penanggung jawab kegiatan kelembagaan atau rapat kerja Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
- e. Mendokumentasikan kegiatan kelembagaan sebagai bahan sosialisasi kegiatan dan arsip lembaga.
- f. Memfasilitasi penyelesaian Tindak Lanjut Hasil Pengawasan (TLHP).

6. Struktur Pengelola Media Sosial atau Website

Berdasarkan Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar Nomor 5 tahun 2023 telah menetapkan susunan organisasi humas yang menjadi pengelola website sebagai berikut:⁶³

Tabel 4. 1 Struktur Pengelola Media Sosial dan Website Kementerian Agama Kabupaten Blitar

No	Jabatan	Nama
a.	Penanggung Jawab	Drs. Baharuddin, M.Pd
b.	Pemimpin Redaksi	Syaikhul Munib, M.Ag.

⁶³ Sumber Data: Dokumentasi Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar Nomor 5 Tahun 2023 Tentang Penetapan Pengelola Website Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar

c.	Kontributor	Khayatul Mahki, S.Sos., Fourid Susilo, S.Sos., Anny Nadhiroh, S.E., Tsaniatu Rachmanita, Syafithri, Wahyuning Styani, Isjayantik, S.Sos., Suci Rizki Amalya, S.A.P., Agus Ali Munthohar Retno Adi, S.PAK., M.MPd., Retno Sri Widhiati, S.Ag., Andreas Sugihartono, S.S., Tatok Hadi Susanto, S.Ag., Humas Madrasah Aliyah Negeri, Madrasah Tsanawiyah Negeri dan Madrasah Ibtidaiyyah Negeri.
d.	Editor	Axelda Martha, S.Pd
e.	Web Admin	Anisa Amalia Muslimah, S.Kom
f.	Web Developer	Anisa Amalia Muslimah, S.Kom

Adapun rincian tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan *updating* data dan informasi website dan media sosial
- b. Mengelola menu dan konten website dan media sosial
- c. Mengelola desain website dan media sosial
- d. Mengelola user website dan media sosial

B. Paparan Data Penelitian

Dalam kesempatan penelitian kali ini, peneliti melakukan penelitian dan pengumpulan data yang berlokasi di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Penelitian ini dimulai dari November 2023 hingga Januari 2023. Peneliti memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan

dokumentasi dari awal sampai akhir penelitian terkait judul yang sesuai diambil oleh peneliti yaitu “Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar”.

Pada proses pelaksanaannya, peneliti mewawancarai beberapa informan seperti, kepala sub bagian tata usaha, kepala humas, pegawai humas, tim pengelola media sosial, dan pengguna media sosial yang berada di lingkup Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

1. Perencanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Perencanaan adalah langkah awal yang dilakukan sebagai upaya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam manajemen strategi, perencanaan disusun sebagai pedoman dasar tentang kegiatan apa saja yang akan dilakukan nantinya. Maka dari itu, perencanaan ini harus dipertimbangkan dengan baik sehingga dapat meminimalisir kegagalan di masa mendatang. Sebaiknya perencanaan tidak hanya dibuat satu, tetapi dipersiapkan rencana lain sebagai alternatif jika rencana pertama gagal.

Perencanaan strategi dalam pengelolaan media sosial merupakan program kerja dari bidang humas atau *public relations*. Tujuan dari pengelolaan media sosial adalah untuk meningkatkan kemudahan akses pelayanan informasi keagamaan dan pendidikan. Selain itu, media sosial sebagai sarana untuk memudahkan interaksi instansi dengan masyarakat dalam upaya penyebaran agama. Adapun tujuan paling utama adalah

memudahkan pelaksanaan tugas dan kewajiban Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

Pengelolaan media sosial ini dapat mendorong terciptanya perbaikan kebijakan dan program Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Hal ini dikarenakan, media sosial memberikan ruang untuk terjadinya komunikasi dua arah, melalui adanya kolom pesan dan komentar. Masyarakat dapat mengirim pesan, komentar, atau laporan pengaduan kepada Kementerian Agama Kabupaten Blitar secara efektif dan efisien. Sehingga, memudahkan instansi untuk memantau respon masyarakat terhadap program atau kegiatan yang sedang dan akan dilakukan. Selain itu, juga dapat mengetahui apa saja kebutuhan, tanggapan, dan problematika yang tengah terjadi di masyarakat.⁶⁴

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Jamil sebagai berikut:

“secara umum tujuan pemberian informasi kepada masyarakat ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu tugas pemerintah yaitu pelayanan, pembinaan, dan perlindungan kepada masyarakat. Khusus terkait informasi, maka, tujuan yang pertama adalah dalam rangka menjamin terpenuhinya hak masyarakat untuk memperoleh informasi keagamaan dan pendidikan. Tentu karena menyangkut Kementerian Agama, kita harapkan masyarakat mengetahui program dan kegiatan apa saja yang akan, sudah, dan sedang dilaksanakan. Nantinya ada partisipasi dan respon masyarakat sehingga kebijakan tersebut bisa dinikmati oleh masyarakat.”⁶⁵

Senada dengan pernyataan tersebut, Bu Axelda juga menyampaikan bahwa ketika masyarakat dapat memahami dan menerima kebijakan serta program Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar, maka mereka akan sukarela mengikuti program-program yang dijalankan. Inilah urgensi

⁶⁴ Hasil Observasi Penulis di Kantor Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 09.51 WIB

pengelolaan media sosial sebagai media informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap instansi serta terselenggaranya pelayanan publik yang efektif dan efisien.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Axelda sebagai berikut.

“secara umum, tujuan utama penyebaran informasi publik Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah agar masyarakat memahami dan menerima kebijakan dan program yang sudah, sedang dan akan dijalankan. Selanjutnya, pemahaman dan penerimaan informasi ini diharapkan dapat membangun citra positif, membangun kepercayaan publik, juga meningkatkan dukungan dan partisipasi masyarakat”⁶⁶

Perencanaan pengelolaan media sosial dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu melakukan identifikasi informasi, pemilihan media sosial, pembentukan tim khusus pengelola media sosial, kerjasama dengan pihak eksternal, anggaran khusus pengelolaan media sosial, dan membuat peraturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait pemanfaatan media sosial untuk publikasi informasi kepada masyarakat.

a. Melakukan Identifikasi Informasi

Identifikasi informasi adalah langkah awal yang dilakukan untuk mengetahui kebutuhan informasi yang disajikan sebagai publikasi informasi di media sosial. Kegiatan identifikasi terdiri dari mencari, menemukan, meneliti, dan mencatat data-data tentang sesuatu hal. Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar melakukan identifikasi informasi melalui dua cara.

Pertama, humas melakukan observasi secara langsung melalui interaksi dengan masyarakat ketika mereka datang ke kantor untuk

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda pada 1 November 2023 pukul 09.26 WIB

memperoleh layanan yang mereka butuhkan. Kedua, humas melakukan observasi melalui media sosial terkait topik atau ide yang sedang tren. Hal ini sesuai pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“karena selama ini kita berinteraksi dengan masyarakat setiap hari, maka sedikit banyak mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan masyarakat. Selain melihat intensitas masyarakat yang datang ke kantor, kita juga mencermati informasi di media sosial, apa topik yang sedang tren, itu kita penetrasi ke dalam agar masyarakat memperoleh informasi yang akurat.”⁶⁷

Keterangan di atas menjelaskan bahwa kegiatan identifikasi informasi menjadi cara untuk memahami dan mengenali objek, masalah, karakteristik, atau fenomena apa yang tengah terjadi di masyarakat. Tidak semua data yang ditemukan dapat langsung diolah, akan tetapi harus melalui pembahasan yang mendalam untuk memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

“kita juga ingin ini menjadi media untuk mencerdaskan bangsa, tentu yang kita *publish* juga tidak hanya informasi yang bersifat *news* atau berita tetapi juga ilmu, misalnya tentang kajian agama, strategi pendidikan, aturan pendidikan, dan hal lainnya.”⁶⁸

Bapak Jamil menambahkan bahwa ada beberapa informasi yang memiliki frekuensi akses cukup tinggi oleh publik, sebagai berikut.

“Hari ini informasi yang tinggi dan banyak diakses itu tentang pelayanan haji, pembangunan tempat ibadah, dan pendidikan,

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 09.51 WIB

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

misalnya kelulusan, kurikulum merdeka, perubahan kebijakan pemerintah dan banyak sekali.”⁶⁹

Berdasarkan pernyataan di atas, pemilihan informasi tidak hanya seputar kegiatan atau *event* Kementerian Agama Kabupaten Blitar, akan tetapi juga edukasi berkaitan dengan keagamaan dan pendidikan. Diantara jenis informasi tersebut adalah informasi mengenai isu-isu agama dan keagamaan, informasi program pendidikan seperti kebijakan atau peraturan terbaru, informasi prosedur pelaksanaan ibadah haji, informasi alur pelayanan terbaru, informasi tentang situasi sosial yang sedang terjadi, dan seterusnya. Hal ini disampaikan karena menjadi bentuk perwujudan visi dan misi Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang membawahi dua bidang tersebut. Sehingga, konten yang disajikan dapat memberikan tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan kepada masyarakat luas.⁷⁰

b. Pemilihan Media Sosial

Pemilihan media sosial adalah kegiatan menentukan media sosial dapat digunakan untuk publikasi informasi sehingga dapat tercipta interaksi aktif antara publik dan instansi. Dalam hal ini, terdapat dua metode komunikasi yang digunakan oleh Humas Kementerian Agama, yaitu komunikasi secara *offline* dan secara *online*. Dua metode ini berhubungan dengan media komunikasi yang akan digunakan. Secara *offline*, pegawai memberikan pelayanan

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

⁷⁰ Hasil Observasi Penulis di media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023

langsung kepada masyarakat dan mengadakan beberapa *event* di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar sebagai bentuk edukasi dan proses interaktif kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

“secara *offline*, informasi disampaikan melalui pengadaan *event* dan diseminasi informasi kepada kepala madrasah, kepala KUA, penyuluh, dan pengawas untuk selanjutnya disampaikan ke karyawan, guru, murid, dan atau warga binaan masing-masing.”⁷¹

Secara *online*, Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki beberapa media *online* seperti website, Youtube, Instagram, Tiktok, *WhatsApp Center*, dan e-mail.

“Secara *online*, terdapat website (blitar.kemenag.go.id), Youtube (Kemenag Kab. Blitar), instagram (@kemenagkabblitar), tiktok (@kemenagkabblitar), WA Center dan email (kabblitar@kemenag.go.id). Publik dapat mengakses seluruh kanal secara gratis. Selain menerima informasi, publik juga dapat menyampaikan opini, aspirasi dan permohonan informasi melalui media-media di atas.”⁷²

Masing-masing seksi atau satuan kerja (satker) juga dilengkapi dengan website dan aplikasi guna menunjang pelayanan yang dapat diakses secara *online*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“secara khusus Kementerian Agama memiliki beberapa web yang bisa diakses masyarakat, baik itu yang dikelola oleh Kementerian Agama maupun oleh teman-teman di masing-masing seksi. Yang pertama, blitar.kemenag.go.id. Selain itu juga ada nomer WA dan IG. Juga *Contact Person* untuk langsung berinteraksi dengan Kementerian Agama.”⁷³

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda pada 1 November 2023 pukul 10.00 WIB

⁷² Hasil Wawancara dengan Bu Axelda pada 1 November 2023 pukul 10.00 WIB

⁷³ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

Berdasarkan keterangan di atas, Kementerian Agama Kabupaten Blitar menggunakan media sosial seperti website, Youtube, Instagram, Tiktok, *WhatsApp Center*, dan e-mai guna menunjang pelayanan yang mudah dijangkau masyarakat di manapun dan kapanpun.

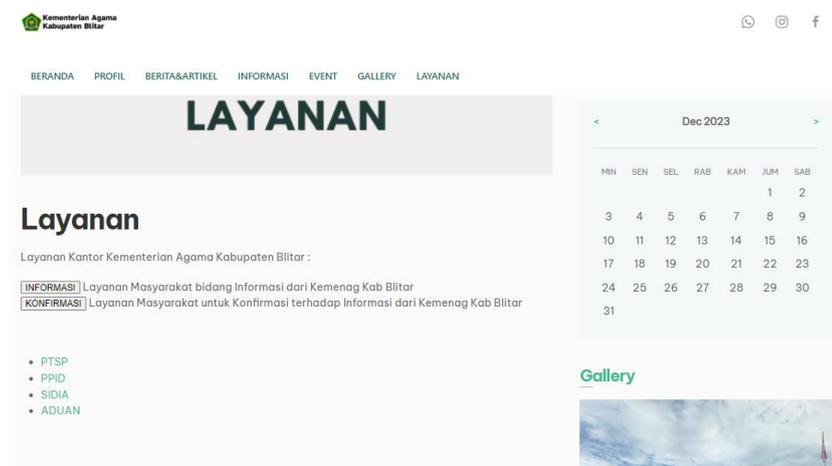
Berikut adalah beberapa platfrom media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk menunjang pelayanan informasi yang berkualitas:⁷⁴

1) Website

Website Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki domain <https://blitar.kemenag.go.id>. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tampilan website berisikan menu pilih layanan di mana jika diakses lebih lanjut maka akan muncul beberapa layanan yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pengguna. Diantara menu yang tertera antara lain beranda, profil, berita atau artikel, informasi, event, gallery, dan layanan.⁷⁵

⁷⁴ Hasil Observasi Penulis di beberapa media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023

⁷⁵ Sumber Data: website Kementerian Agama Kabupaten Blitar melalui <https://blitar.kemenag.go.id>, diakses pada 28 Desember 2023



Gambar 4. 1 Tampilan Menu Website Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Selanjutnya, pada menu layanan dibagi menjadi dua jenis yaitu layanan informasi dan layanan konfirmasi. Layanan informasi adalah layanan masyarakat bidang informasi dari Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Sedangkan layanan konfirmasi adalah layanan masyarakat untuk konfirmasi terhadap informasi dari Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

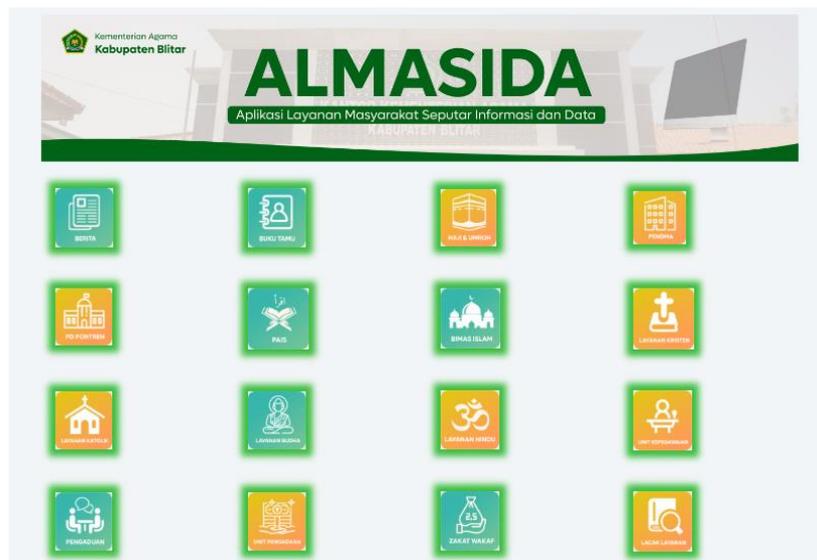
Berikut adalah macam-macam menu layanan pada website Kementerian Agama Kabupaten Blitar:⁷⁶

a) PTSP

PTSP atau Pelayanan Terpadu Satu Pintu merupakan layanan masyarakat yang akan terhubung dengan setiap seksi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Masyarakat dapat memilih jenis layanan yang mereka butuhkan. Diantara jenis layanan tersebut yaitu berita, buku tamu, haji dan umroh,

⁷⁶ Hasil Observasi Penulis di website Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023

pendma (pendidikan madrasah), PD Pontren (pendidikan pondok pesantren), PAIS (pendidikan Agama Islam), Bimas Islam, layanan Kristen, layanan Katolik, layanan Budha, layanan Hindu, unit kepegawaian, pengaduan, unit pengadaan, zakat wakaf, dan lacak layanan.

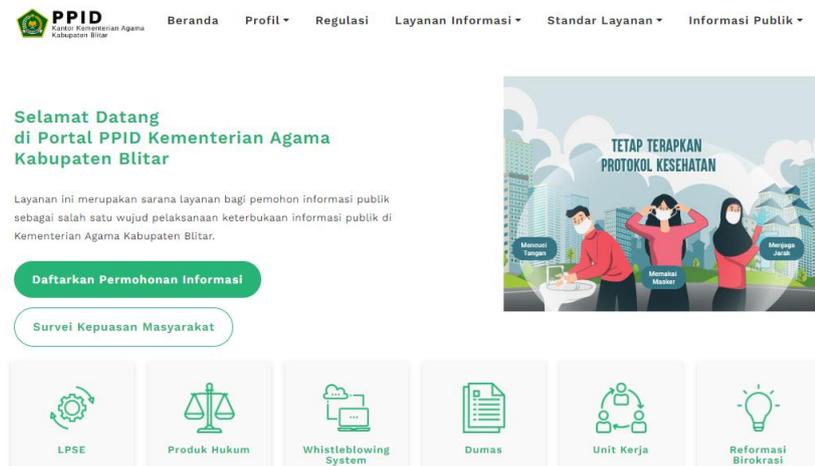


Gambar 4. 2 Tampilan Layanan PTSP

b) PPID

PPID atau Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi merupakan layanan berisikan permohonan informasi dan survey kepuasan masyarakat. Masyarakat dapat mendaftarkan permohonan informasi yang diinginkan dan keluhan atau aduan masyarakat. Menurut pengamatan penulis, portal layanan ini belum dapat berjalan maksimal karena masih belum diakses langsung oleh pengguna. Hal ini

dibuktikan dengan tidak munculnya jenis layanan yang tertera di website tersebut.⁷⁷

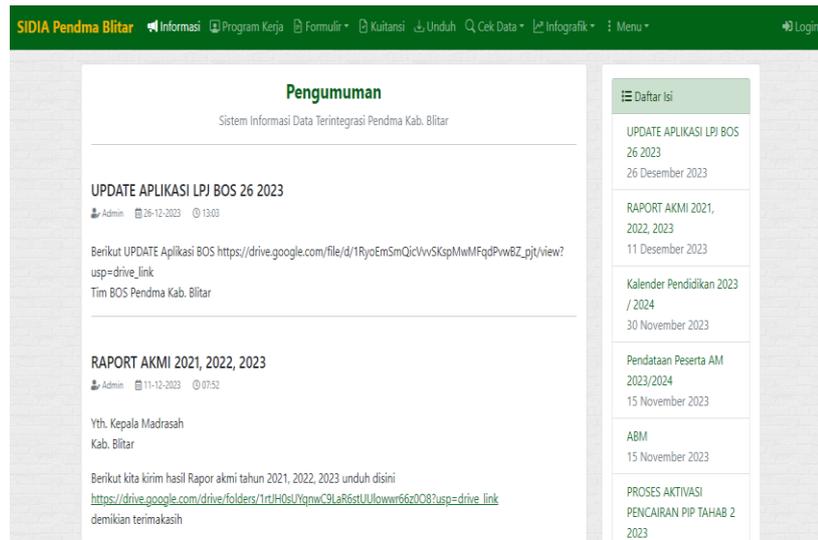


Gambar 4. 3 Tampilan Layanan PPID

c) SIDIA

SIDIA atau Sistem Informasi Pendidikan Madrasah Kabupaten Blitar merupakan layanan informasi berkaitan dengan informasi pendidikan dengan domain <https://www.data.pendmakabblitar.id/>. Informasi tersebut seperti kurikulum, pengajaran, evaluasi, kesiswaan, guru dan tenaga kependidikan, sarana dan prasarana, kelembagaan, pengolah data dan informasi. Berikut adalah tampilan layanan SIDIA:

⁷⁷ Hasil Observasi Penulis di portal PPID melalui website Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023



Gambar 4. 4 Tampilan Layanan SIDIA

(1) Menu informasi berisikan informasi mengenai update aplikasi LPJ BOS, raport AKMI, kalender pendidikan, pendataan peserta assesmen madrasah, proses aktivasi pencairan dana PIP, pendataan siswa kelas akhir tahun dan seterusnya. (2) Menu program kerja berisikan informasi mengenai program kerja seksi kurikulum, pengajaran, dan evaluasi; seksi kesiswaan; seksi guru dan tenaga kependidikan; seksi sarana dan prasarana; serta seksi kelembagaan, pengolah data, dan informasi. (3) Menu formulir berisikan formulir untuk legalisir ijazah siswa siswi madrasah. (4) Menu kuitansi berisikan halaman untuk mencetak kuitansi madrasah. (5) Menu unduh berisikan halaman untuk mengunduh berkas yang sudah siap untuk diterima oleh madrasah. (6) Menu cek data berisikan informasi mengenai pengajuan KTSP, kalender, pendataan jumlah siswa, GTK, kelengkapan berkas, rekor mutasi siswa,

arsip digital, kode sekolah, dan kode wilayah. (7) Menu infografik berisikan informasi mengenai grafik jumlah siswa, mutasi siswa, statistic GTK, grafik jumlah GTK, sebaran madrasah, dan siswa melanjutkan madrasah. (8) Menu lainnya terdapat informasi jadwal waktu shalat dan konversi masehi-hijriah.

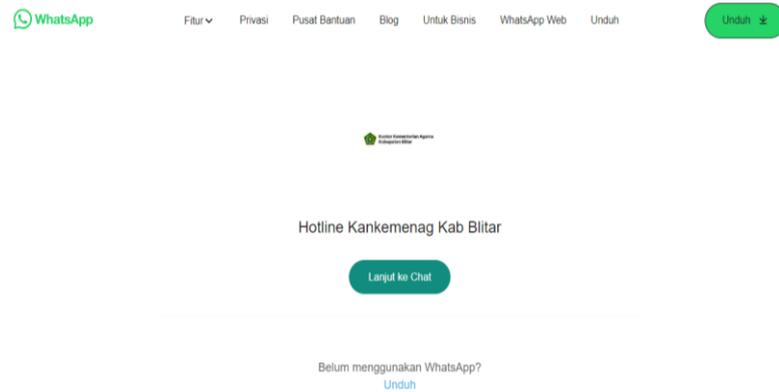
Semua jenis layanan di atas dapat diakses oleh masing-masing madrasah dengan melakukan login akun madrasah terlebih dahulu, di mana username dan password sudah diberitahukan sebelumnya oleh pihak seksi Pendidikan Madrasah Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.⁷⁸

d) ADUAN

Layanan aduan terhubung dengan *whatsapp center* Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Adapun pihak yang bertugas dalam pengoperasian *whatsapp center* ini adalah tim media sosial. Masyarakat dapat menghubungi nomor tersebut jika terjadi permasalahan yang membutuhkan tanggapan pesan secara cepat. Berikut adalah tampilan dari layanan aduan:⁷⁹

⁷⁸ Hasil observasi penulis di portal SIDIA Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023

⁷⁹ Hasil observasi penulis di layanan aduan Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 26 Desember 2023



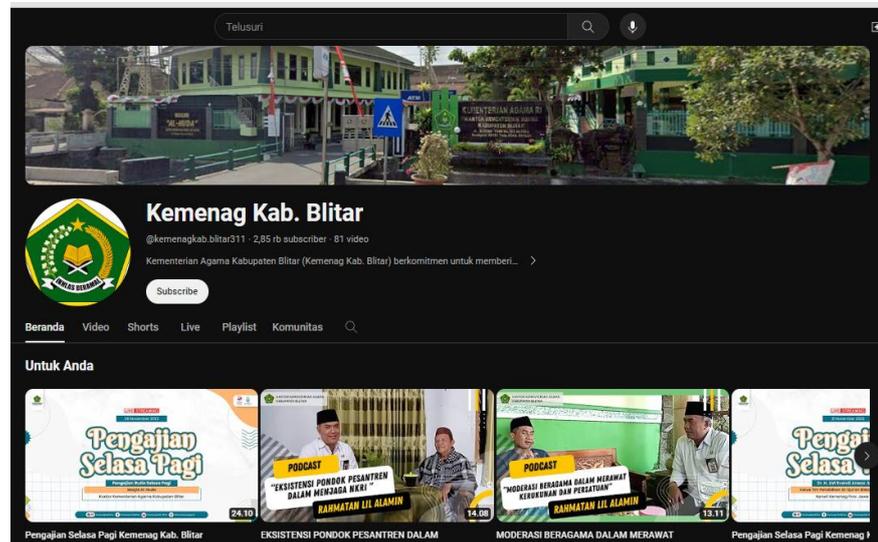
Gambar 4. 5 Tampilan Layanan Aduan

2) Youtube

Youtube merupakan platform berbagi video yang dapat diakses oleh seluruh orang di dunia. Youtube Kementerian Agama Kabupaten Blitar sudah beroperasi sejak Desember 2020. Dalam deksripsinya, Kementerian Agama Kabupaten Blitar menyampaikan bahwa instansi berkomitmen memberikan informasi yang seluas-luasnya tentang pelayanan publik dan seluruh kegiatan yang dilaksanakan instansi. Akun tersebut memiliki 2,85 ribu subscribers dan 81 video terhitung per tanggal 26 Desember 2023.

Konten yang termuat pada akun youtube tersebut adalah seputar kegiatan instansi, seminar, penyuluhan, dan podcast di Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Adapun video populer adalah video dengan judul “*Best Practice* Peran Ibu dalam Pendampingan Anak Selama Belajar di Rumah (BDR)” dengan

9700 views dan 3400 suka terhitung per tanggal 26 Desember 2023.⁸⁰



Gambar 4. 6 Tampilan Youtube Kementerian Agama Kabupaten Blitar

3) Instagram

Instagram merupakan situs jejaring sosial berbagi video dan foto. Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki username @kemenagkabblitar. Jumlah pengikutnya 2,110 pengikut, 153 mengikuti dan 566 postingan terhitung per tanggal 26 Desember 2023 yang dibuktikan dengan gambar dibawah ini:

⁸⁰ Hasil Observasi penulis di akun Youtube Kementerian Agama Kabupaten Blitar <https://www.youtube.com/@kemenagkab.blitar311>, diakses pada 26 Desember 2023



Gambar 4. 7 Tampilan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar



Gambar 4. 8 Konten Media Sosial Instagram



Gambar 4. 9 Konten Media Sosial Instagram

Adapun beberapa jenis informasi yang disampaikan antara lain:⁸¹

- a) Update informasi seputar kegiatan dan program keagamaan dan pendidikan, seperti pengumuman pelunasan biaya haji; penyerahan dokumen SKP guru agama; pembinaan penguatan moderasi beragama; kegiatan bimbingan dan penyuluhan warga binaan lapas; ibadah perayaan natal; zoom meeting bersama dirjen menyapa guru; kegiatan pembinaan penyuluh agama; penyampaian laporan pertanggungjawaban penandatanganan perjanjian kinerja dan pakta integritas,

⁸¹ Hasil Observasi penulis di akun Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar <https://www.instagram.com/kemenagkabblitar/>, diakses pada 26 Desember 2023

perjanjian kerjasama dengan dispendukcapil; pelaksanaan apel pagi setiap minggu; kegiatan penyuluhan hukum di pondok pesantren; dan seterusnya.

- b) Ucapan hari penting dan prestasi madrasah, seperti ucapan tahun baru hijriyah; ucapan hari keagamaan; ucapan hari nasional; prestasi akademik dan seni tingkat madrasah, dan seterusnya.
- c) Berita, artikel, dan konten Youtube. Contoh berita seperti berita kegiatan pelantikan pegawai; rakor dan evaluasi program; apel pagi; monitoring dan evaluasi program; kolaborasi program; bina karyawan internal kantor, dan seterusnya. Adapun contoh artikel seperti artikel keilmuan bertemakan pencari ilmu; hukum pernikahan; amaliah bulan Ramadhan; dan seterusnya. Kemudian, konten Youtube ini berisikan link streaming yang akan terhubung dengan akun Youtube, seperti upacara Hari Amal Bakti; keutamaan Bulan Rajab; SE menag RI; amaliah Bulan Ramadhan; dan seterusnya.



Gambar 4. 10 Artikel di Media Sosial Instagram



Gambar 4. 11 Berita di Media Sosial Instagram

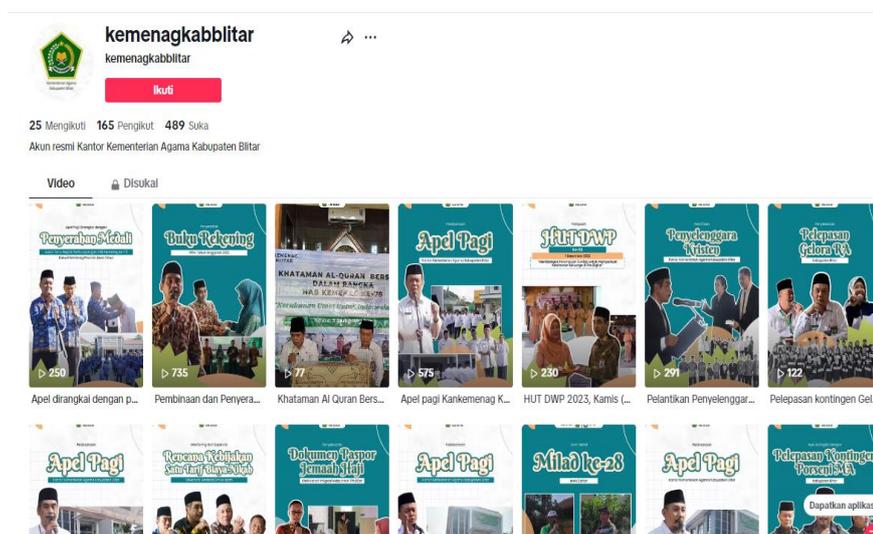


Gambar 4. 12 Link Youtube di Media Sosial Instagram

4) Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi dan platform video musik yang sedang digemari masyarakat. Akun tiktok Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki username kemenagkabblitar dengan 165 pengikut, 489 suka dan 25 mengikuti terhitung per tanggal 26 Desember 2023. Akun tersebut dioperasikan oleh tim pengelola media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Konten yang diposting pada akun tiktok tersebut adalah video pendek seputar

kegiatan Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang juga menjadi platform lanjutan dari akun Instagram.⁸²



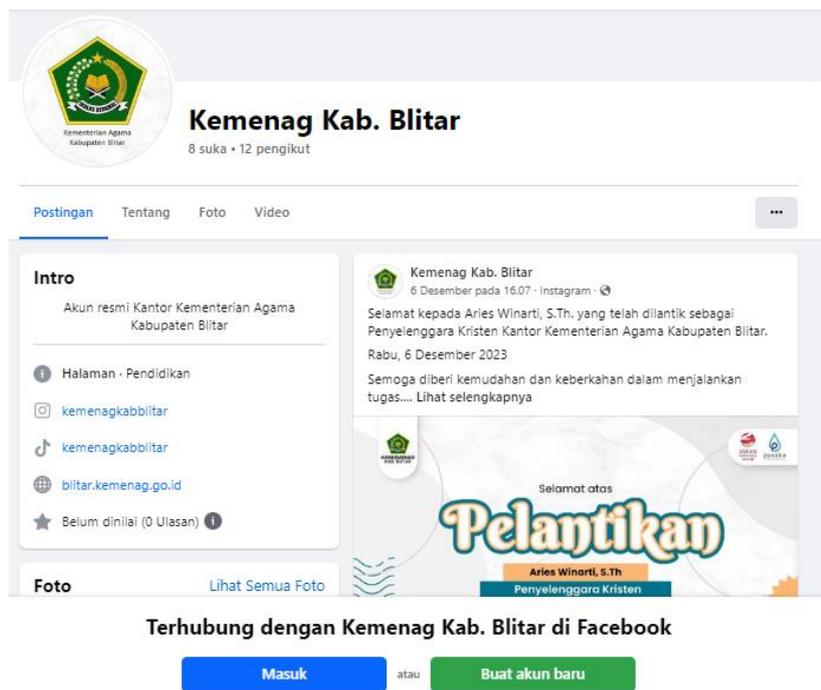
Gambar 4. 13 Tampilan Tiktok Kementerian Agama Kabupaten Blitar

5) Facebook

Facebook adalah layanan media sosial dan jaringan sosial. Akun facebook Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki username Kemenag Kab Blitar. Informasi yang termuat pada akun facebook ini tidak jauh berbeda dengan akun Instagram. Terhitung per tanggal 26 Desember 2023, akun ini memiliki pengikut sejumlah 12 dan 8 suka oleh pengguna Facebook.⁸³ Berikut adalah tampilan dari Facebook Kementerian Agama Kabupaten Blitar:

⁸² Hasil Observasi penulis di akun Tiktok Kementerian Agama Kabupaten Blitar <https://www.tiktok.com/@kemenagkabblitar>, diakses pada 26 Desember 2023

⁸³ Hasil Observasi Penulis di akun Facebook Kementerian Agama Kabupaten Blitar <https://www.facebook.com/kemenagkabblitar/>, diakses pada 26 Desember 2023



Gambar 4. 14 Tampilan Facebook Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Berdasarkan hasil observasi, penulis menyimpulkan bahwa masyarakat kurang intens dalam mengakses media sosial facebook dan lebih banyak mengakses di media sosial lain seperti Instagram, tiktok, dan youtube. Kedepannya ini dapat menjadi evaluasi bagi tim media sosial untuk menyusun konten yang lebih menarik dan membagikannya ke semua media sosial yang mereka miliki.

c. Membentuk Tim Khusus Pengelola Media Sosial

Tim khusus pengelola media sosial adalah tim yang terdiri dari dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk membuat, mengelola konten, memonitor, menyunting informasi, dan mengukur bagaimana peran media sosial instansi tersebut. Apakah media sosial atau situs resmi instansi ini dapat mencapai tujuan-tujuan dari publikasi informasi

atau belum. Tim juga bertugas mengoperasikan dan memberikan layanan informasi secara tanggap dan akurat.

Bapak Munib menyampaikan bahwa pelaksana pengelola media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah tugas humas. Tim tersebut terdiri dari pegawai humas, wakil kepala humas setiap madrasah se-Kabupaten Blitar, dan perwakilan masing-masing ruangan atau satuan kerja (satker). Setiap madrasah dan satker memiliki akun admin masing-masing yang bertugas mengirimkan konten yang akan dipublikasikan oleh tim media sosial.

“di sini secara umum dipegang pelaksana dari humas, yaitu mba Axelda, beliau punya tim untuk kinerja operasionalnya. Kemudian, kita ada grup waka humas madrasah-madrasah negeri se-Kabupaten Blitar untuk mem-*back up* berita atau konten kepada mba Axelda. Kita sendiri juga menyediakan materi dari masing-masing ruangan sehingga mereka berkoordinasi dengan mba Axelda untuk upload.”⁸⁴

Bu Axelda menambahkan bahwa dalam pelaksanaan tugasnya, beliau dibantu oleh rekannya, yaitu Bu Nisa'. Seluruh anggota tim saling bekerjasama dalam mengerjakan *jobdesk* yang telah ditentukan dan membantu menyelesaikan konten berita atau informasi agar dapat segera dipublikasikan.

“saya dibantu prakom, yang di sebelah saya itu mbak Nisa'. Jadi biasanya ya kerjasama aja sih mbak siapa yang lagi longgar. Kalo untuk timnya itu ya saya, prakom, dan dari tiap ruangan.”⁸⁵

Dalam rangka meningkatkan kualitas SDM humas, Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah merancang program

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

⁸⁵ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

rekrutmen, seleksi, dan pelatihan atau pengembangan keahlian. Rekrutmen dan seleksi tim diutamakan berasal dari pegawai penyuluh agama karena lebih ahli dalam bidang keagamaan untuk mengelola informasi dan data yang telah didapatkan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Munib sebagai berikut.

“jadi kita hari ini berfikiran untuk mengadakan personil yang memang khusus ahli di bidang itu aja, yang khusus pegang medsos. Ini yang sekarang coba untuk kita analisis kemungkinan untuk cari personil khusus.”⁸⁶

Senada dengan pernyataan tersebut, Bu Axelda menyampaikan bahwa diharapkan anggota tim media sosial nantinya berasal dari penyuluh agama. Meskipun demikian, masih ditemui kendala akibat kurangnya komunikasi perihal penyatuan visi, misi, dan standar dalam pengelolaan media sosial tersebut.

“sebenarnya ya enggak rekrutmen dari orang luar sih mbak, pengennya itu kayak penyuluh agama, kayak gitu yang mau ya monggo, tapi yang susah itu ya penyatuan visinya, karna kita sudah punya standar, kayak template dan sebagainya.”⁸⁷

Selanjutnya, dalam program pengembangan keahlian, Bu Axelda menyampaikan bahwa tim media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar sering mengikuti pelatihan dari Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur atau Kementerian Agama Republik Indonesia. Selain itu juga pelatihan kompetensi teknis humas dari Pusat Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Pusdiklat Kominfo).

⁸⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

⁸⁷ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

“Kalo saya itu seringnya kanwil atau kemenag pusat. Sebenarnya ada banyak yang dari Kominfo, Pusdiklat Kemenag RI, ada juga humasnya Kemenag Jawa Timur, atau Pusdiklatnya Jawa Timur. Dan ini cukup membantu, karena secara tekniknya kan ketemu banyak orang, kita jadi tau daerah sini pake ini, daerah sana pake apa dan seterusnya.”⁸⁸

Berdasarkan pengamatan penulis, Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah merancang program pembentukan tim media sosial sesuai prosedur akan tetapi masih perlu dilakukan perbaikan terutama berkaitan dengan tugas personil untuk publikasi informasi media sosial yang membutuhkan keahlian dan keterampilan yang mumpuni.

d. Kerjasama dengan Pihak Eksternal

Kerjasama dilakukan oleh organisasi baik secara internal dan eksternal. Adapun kerjasama dengan pihak internal adalah suatu bentuk interaksi, diskusi, dan membangun kerjasama dengan publik internal baik dari lembaga atau instansi, maupun masyarakat sekitar. Kerjasama dilaksanakan agar memudahkan instansi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu merealisasikan kebijakan, program-program, dan layanan.

Informasi-informasi diperoleh dari adanya jalinan kerjasama Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar dengan beberapa pihak eksternal. Pihak-pihak tersebut merupakan individu atau kelompok yang secara langsung hidup berdampingan dengan masyarakat. Harapannya, Humas dapat memperoleh pandangan atau gambaran

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

terkait informasi dan program apa saja yang dapat dirancang guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“tentu selain itu kita juga membangun komunikasi silaturahmi dengan stakeholder, pemimpin agama, majelis keagamaan, tokoh masyarakat, pimpinan lintas agama, agar kita memperoleh gambaran tentang hal-hal yang sekiranya dibutuhkan masyarakat, bukan hanya informasi tetapi juga program yang dibutuhkan masyarakat.”⁸⁹

Humas juga aktif melakukan kerjasama dengan beberapa media lainnya seperti radio dan televisi. Tidak hanya itu, juga aktif bersama kelompok penggiat media sosial sehingga dapat menambah wawasan tentang bagaimana memproduksi konten yang menarik dan bermanfaat bagi publik. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“kita juga menjalin kerjasama dengan teman media lain, baik media cetak maupun elektronik termasuk radio dan televisi, kita juga aktif bersama para penggiat media sosial untuk bagaimana membuat konten yang bermanfaat untuk ummat bukan sekedar trending tapi kita mendorong konten yang kita *publish* ini membawa maslahat.”⁹⁰

Menurut pengamatan penulis, diantara saluran radio yang bekerjasama dengan Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah Persada FM dan Mayangkara FM. Berikut adalah contoh informasi tentang pelaksanaan ibadah haji oleh seksi Haji Kementerian Agama Kabupaten Blitar di Radio Persada FM:⁹¹

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

⁹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

⁹¹ Hasil observasi Penulis di website Persada News melalui <https://persadablitar.id/> yang diakses pada 22 Januari 2024 pukul 21.53 WIB



Gambar 4. 15 Contoh Berita di Radio Persada FM

Contoh informasi tentang pelaksanaan ibadah haji yang disampaikan melalui Radio Mayangkara FM:⁹²



Gambar 4. 16 Contoh Berita di Radio Mayangkara FM

⁹² Hasil observasi Penulis di website Radio Mayangkara FM melalui <https://radiomayangkara.com/> yang diakses pada 22 Januari 2024 pukul 21.53 WIB

Contoh peliputan berita dengan saluran televisi JTV:⁹³



Gambar 4. 17 Contoh Berita di JTV

Berdasarkan pernyataan di atas, maka salah satu rancangan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah dengan menjalin kerjasama untuk memperoleh dukungan positif agar dapat membentuk citra positif instansi di hadapan publik. Langkah ini dinilai sangat berpengaruh terhadap kebijakan yang akan diambil oleh instansi sehingga dapat sesuai dengan harapan, kebutuhan, dan keinginan masyarakat.

e. Anggaran Khusus Pengelolaan Media Sosial

Anggaran merupakan hal yang harus direncanakan untuk menyesuaikan kebutuhan dalam pelaksanaan suatu kegiatan yang dinyatakan dalam bentuk uang. Secara khusus, anggaran pengelolaan media sosial tidak diatur oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar,

⁹³ Hasil observasi Penulis di akun JTV melalui <http://www.youtube.com/@ABTVNEWS> yang diakses pada 23 Januari pukul 07.07 WIB

akan tetapi anggaran diperoleh pemerintah pusat dan mandiri dari instansi yang bersangkutan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Munib sebagai berikut.

“Secara spesifik kalo ngomong anggaran itu tidak ada, tapi mungkin kalo secara teknis anggaran ini bersumber dari anggaran negara dan bisa dari anggaran mandiri. Mungkin kita bisa melakukan kegiatan melalui dana non budgeter tadi.”⁹⁴

Adapun rincian anggaran juga disampaikan oleh Bu Axelda yaitu:

“anggaran itu adanya di canva pro tahunan sama website, website itu walaupun kita sudah pake domainnya kemenag, tapi masih ada beberapa yang pake domainnya luar.”⁹⁵

Berdasarkan pernyataan di atas, penulis menyimpulkan bahwa sumber anggaran dalam pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar sudah memiliki rancangan anggaran sendiri sehingga mampu menunjang proses publikasi informasi di media sosial.

f. Membuat Peraturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) Pemanfaatan Media Sosial

Standar Operasional Prosedur atau lebih dikenal dengan SOP merupakan prosedur khusus yang berisikan penjelasan mengenai penyelenggaraan administrasi pemerintahan, seperti bagaimana, kapan, dimana, dan siapa yang melakukan kegiatan tersebut. Dalam penyusunan perencanaan pengelolaan media sosial untuk publikasi informasi, Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengacu pada petunjuk teknis dan pedoman pengelolaan website dan media

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

⁹⁵ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

sosial Kementerian Agama Republik Indonesia. Di dalam penjelasan petunjuk teknis tersebut disebutkan mengenai beberapa hal yaitu:

- 1) Penetapan tujuan dan sasaran publik (komunikasi, pencitraan, dan kesadaran publik),
- 2) Strategi media sosial (penentuan website dan media sosial, penentuan target audiens, penjadwalan dan manajemen posting, pembuatan konten, dan manajemen interaksi dan respons),
- 3) Analisis kinerja media sosial,
- 4) Evaluasi dan perbaikan secara berkala.

Bapak Jamil menambahkan, bahwa selain mengacu pada petunjuk teknis di atas, Kementerian Agama Kabupaten Blitar juga membuat SOP tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media sosial, diantaranya:⁹⁶

- 1) Informasi yang disampaikan harus *credible*, akurat, dan objektif.
- 2) Mengedepankan integritas atau kejujuran.
- 3) Professional atau mempunyai kompetensi, keahlian, dan keterampilan di bidangnya.
- 4) Responsif atau tanggap atas reaksi yang diberikan masyarakat.
- 5) Informasi yang bersifat konstruktif
- 6) Harus beretika yaitu menjaga marwah instansi.
- 7) Kesesuaian isi materi dan kesesuaian media.
- 8) Konten sejalan dengan visi, misi, dan program instansi.

⁹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

9) Tidak mengandung unsur SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan).

10) Tidak bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku.

Dari hasil paparan data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan Kementerian Agama Kabupaten Blitar sudah menyusun perencanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi dengan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya SOP tentang pemanfaatan media sosial, surat keputusan tim pengelola media sosial atau website, pembagian tugas tim pengelola media sosial, alur produksi sampai publikasi konten media sosial, dan evaluasi pengelolaan media sosial.

2. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Pelaksanaan program pengelolaan media sosial merupakan wujud dari proses pelaksanaan rancangan-rancangan dalam suatu manajemen strategi. Pelaksanaan akan lebih mudah dilakukan jika konsep perencanaan yang dibangun telah benar-benar matang. Tahap pelaksanaan berisikan rangkaian kegiatan yang telah disusun sesuai dengan tujuan. Akan tetapi, pada prosesnya tentu masih akan menemui kendala-kendala. Meskipun demikian, perencanaan yang telah disusun setidaknya dapat menyediakan berbagai alternatif sebagai alat untuk meminimalisir terjadinya kegagalan.

Diantara kegiatan yang dilaksanakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar yaitu proses pengolahan informasi, pemetaan target atau

sasaran publik, produksi konten media sosial, dan evaluasi. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Bu Axelda sebagai berikut:

“alur publikasi konten media sosial dimulai dengan penentuan jenis informasi yang akan dipublikasikan melalui *monitoring* isu atau analisis program. Selanjutnya, dilakukan pemetaan khalayak atau target publikasi. Penentuan target publikasi selanjutnya berhubungan dengan pemetaan media yang digunakan. Setelah melalui tahap-tahap di atas, selanjutnya ke tahap produksi konten dan evaluasi.”⁹⁷

a. Proses Pengolahan Informasi

Tahap pertama adalah menentukan jenis informasi melalui pemantauan terhadap isu yang sedang berkembang dan menjadi tren di masyarakat. Humas melakukan analisis program sebagai dasar untuk menentukan apa saja program yang dibutuhkan masyarakat berkaitan dengan pelayanan Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Terkait dengan pemilihan informasi ini, Humas tetap memprioritaskan hasil dari layanan permohonan informasi dan pengaduan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Axelda berikut ini:

“ada beberapa hal yang dilakukan untuk mengidentifikasi informasi, pertama adalah monitoring isu publik di media massa dan media sosial. Identifikasi ini digunakan untuk melihat opini dan aspirasi masyarakat terkait lembaga. Selanjutnya dipilih isu mana yang penting dan perlu diangkat. Juga dilakukan pemantauan layanan permohonan informasi dan pengaduan masyarakat. Terakhir, analisis program atau kebijakan lembaga, terutama program prioritas. Saat ini, terdapat narasi kunci strategi komunikasi Kementerian Agama, yaitu “Amplifikasi capaian tujuh program prioritas dan program *legacy* Kementerian Agama”. Jadi, sebisa mungkin dapat mengangkat program prioritas dan program *legacy* Kementerian Agama.”⁹⁸

⁹⁷ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 1 November 2023 pukul 09.26 WIB

⁹⁸ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 1 November 2023 pukul 09.26 WIB

Informasi yang akan diolah juga berorientasi pada tujuh program prioritas dan program legacy Kementerian Agama. Diantara program-program tersebut yaitu penguatan moderasi beragama, transformasi digital, revitalisasi KUA, kemandirian pesantren, *Cyber Islamic University*, *religiosity index*, dan tahun kerukunan umat beragama. Program prioritas ini diharapkan dapat diketahui masyarakat luas sehingga instansi bisa memperoleh *feedback* terkait pelayanan dan citra Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Hal ini berhubungan dengan tugas pemerintah dalam menunjang keterbukaan informasi publik.

Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, kemudian dilakukan pembahasan secara mendalam oleh tim khusus yang bekerjasama dengan pegawai penyuluh agama guna mengkaji informasi dan isu-isu keagamaan. Setelah siap, berita atau informasi yang akan di-upload akan diverifikasi oleh atasan. Tujuannya agar informasi yang menyebar nantinya tidak menimbulkan kegaduhan dan keresahan di masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“petugas informasi di depan itu menyerahkan informasi kepada tim untuk kemudian kita evaluasi, berdasarkan kaidah dan hal-hal yang apakah informasi ini bisa dipertanggungjawabkan dan membawa maslahat, dan seterusnya. Ini kita bahas secara khusus, kemudian ada titik temu, kemudian kita sepakati, tentu ada perubahan berdasarkan dari saran dan masukan dari teman-teman ahli di bidang keagamaan karena menyangkut informasi keagamaan. Selanjutnya, setelah semua terverifikasi kita sampaikan ke pejabat berwenang informasi yang sudah kita

susun nanti kita *publish* melalui website maupun media yang lain.”⁹⁹

b. Pemetaan Target atau Sasaran Publik

Tahap kedua adalah pemetaan target atau sasaran publik yang dilakukan oleh humas dan tim media sosial dengan tujuan untuk menentukan siapa target sasaran pelaksanaan *marketing* secara tepat. Dalam hal ini, pihak humas dan tim media sosial telah melakukan kerjasama dengan beberapa pihak. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“kita juga membangun komunikasi silaturahmi dengan stakeholder, pemimpin agama, majelis keagamaan, tokoh masyarakat, pimpinan lintas agama, agar kita memperoleh gambaran tentang hal-hal yang sekiranya dibutuhkan masyarakat, bukan hanya informasi tetapi juga program yang dibutuhkan masyarakat.”¹⁰⁰

Melalui adanya kerjasama dengan tokoh agama, majelis agama, tokoh masyarakat, organisasi masyarakat dapat mendukung Kementerian Agama Kabupaten Blitar dalam memahami apa keinginan dan kebutuhan publik. Dalam hal ini terutama masyarakat secara umum dan warga madrasah (siswa, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan) di seluruh wilayah Kabupaten Blitar.

c. Produksi Konten Media Sosial

Tahap ketiga adalah produksi konten media sosial, yaitu dimulai dari pemilihan data informasi yang akan ditampilkan, kemudian dilakukan proses *editing* untuk menyesuaikan dengan aturan yang

⁹⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

¹⁰⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

berlaku. Konten juga dilengkapi dengan *caption* atau *headline* berita yang menarik sehingga informasi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Selanjutnya adalah proses penyempurnaan dan evaluasi proses produksi. Jika evaluasi telah dilakukan dan konten telah sesuai, maka konten tersebut akan segera di-*upload* ke media sosial.

“mereka kirim konten ke saya, foto sama deskripsi nanti saya yang menentukan kayak layak atau tidak untuk diunggah. Kalo untuk website sekarang sudah ada akun-akun sendiri, di setiap madrasah, di ruangan-ruangan juga ada. Kalo mereka mau upload ya tinggal upload. Tapi keputusan untuk tayang atau enggakya, nanti tetep di saya sebagai editor, ngedit tata bahasanya atau kalo ga layak tayang ya di cut sampai situ aja.”¹⁰¹

Berdasarkan pernyataan Bu Axelda di atas, alur produksi konten media sosial dimulai dari draft berita atau konten berupa foto maupun video yang dikirimkan oleh masing-masing satuan kerja (satker) dan madrasah ke editor. Editor melakukan penyuntingan draft berita, menyusun kembali, memberikan judul, melakukan *finishing* sehingga menghasilkan konten yang sudah terkonfirmasi untuk dipublikasikan. Editor juga memeriksa apakah terdapat kesalahan penulisan, menyesuaikan gaya bahasa dengan target publik, dan menentukan apakah konten tersebut layak ditayangkan atau tidak.

d. Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengukur keberhasilan dari suatu program yang telah dirancang. Tujuan dari evaluasi pengelolaan media sosial sebagai upaya peningkatan mutu

¹⁰¹ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

pelayanan informasi adalah untuk mengetahui bagaimana efektifitas dan efisiensi media yang digunakan serta kualitas konten yang diproduksi. Melalui hal tersebut, selanjutnya dapat dilakukan peningkatan proses komunikasi dan publikasi sesuai dengan saran, masukan, dan kritik yang diberikan kepada instansi.

Bapak Munib menyampaikan bahwa evaluasi pengelolaan media sosial tidak dilakukan secara rutin, akan tetapi evaluasi dilakukan bersama sekretaris jenderal (sekjen) guna mengevaluasi kinerja Humas. Sehingga, masukan dari atasan terkait publikasi informasi di media sosial lebih sering dilakukan ketika ditemukan suatu kekeliruan yang harus segera diperbaiki. Dengan kata lain, evaluasi ini dilakukan pada kesempatan atau waktu tertentu saja. Sebagaimana yang telah disampaikan beliau sebagai berikut.

“Jadi, kalau secara rutin dalam konteks kehumasan saja yang dilakukan dalam pertemuan sekjen. Tapi secara insidental kita adakan. Kaitannya dengan berita baru, masukan *layout* untuk tata letak media sosial, nambah *space*, itu kita lakukan.”¹⁰²

Bapak Jamil menambahkan bahwa evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi media sosial yang digunakan dan memantau bagaimana masyarakat menanggapi informasi yang telah disampaikan.

“kita secara periodik juga melakukan pemantauan dan evaluasi seberapa efektif dan efisien media yang kita berikan. Kita melihat sejauh mana respon atau *feedback* masyarakat terhadap informasi yang kita berikan baik itu berupa konten maupun informasi-informasi yang kita bagikan.”¹⁰³

¹⁰² Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

¹⁰³ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

Berdasarkan penjelasan di atas, humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah melakukan evaluasi melalui rapat koordinasi tim dan pihak terkait. Akan tetapi, evaluasi ini tidak rutin melainkan ketika terjadi sesuatu hal yang *urgent*. Adapun hal-hal yang dibahas adalah apa saja yang perlu diperbaiki dan bagaimana cara meningkatkan kualitas publikasi informasi di media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Evaluasi ini sangat penting dilakukan guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi pengelolaan media sosial yang telah dilaksanakan serta melakukan perbaikan kedepannya. Selain itu, dapat menjadi masukan bagi instansi untuk merancang dan mengembangkan kebijakan, program, dan kegiatan yang bermanfaat bagi publik.¹⁰⁴

Secara keseluruhan, pelaksanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah berjalan lancar meskipun ada beberapa kendala. Seperti yang disampaikan oleh pihak humas dan tim pengelola media sosial sebagai berikut:

1) Keterbatasan Jumlah Anggota Tim Pengelola Media Sosial

Permasalahan ini terjadi akibat beberapa faktor yang telah disebutkan sebelumnya. Pertama, masih belum adanya sistem perekrutan yang terorganisir dengan baik. Kedua, berkaitan dengan faktor kualitas tim yang masih belum mumpuni di bidang pengelolaan

¹⁰⁴ Hasil Observasi Penulis di Kantor Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 28 Desember 2023

media sosial. Ketiga, kurangnya penyatuan visi misi dan standar pengelolaan media sosial di antara seluruh anggota tim media sosial.

Permasalahan ini cukup mempengaruhi jalannya proses publikasi informasi ke media sosial. Seperti yang disampaikan oleh Bu Axelda bahwa terbatasnya personil sangat proses pengolahan informasi dan berakibat pada keterlambatan *upload* konten. Sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat terbatas pada program tertentu yang tidak dapat meng-*cover* seluruh program prioritas. Hal ini juga berdampak pada tidak meratanya penggunaan seluruh media sosial yang dimiliki Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

“secara *offline*, tak ada kendala berarti dalam pelayanan informasi. Namun, secara *online*, keterbatasan personil menjadi kendala. Keterbatasan personil ini selanjutnya mempengaruhi kecepatan produksi dan menjadikan beberapa informasi tidak dapat tersedia secara *up to date*. Jenis informasi yang dipublikasikan juga terbatas, tidak dapat mengakomodir keseluruhan program prioritas (masih terpaku pada diseminasi kegiatan kelembagaan) dan tidak merata pada seluruh kanal media.”¹⁰⁵

2) Keterbatasan Keterampilan Komunikasi

Keterbatasan wawasan tentang ilmu komunikasi dan pengelolaan media sosial oleh anggota tim media sosial juga menjadi salah satu kendala untuk memaksimalkan proses penyebaran informasi. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Jamil sebagai berikut.

“karena Kementerian Agama tidak cukup memiliki SDM yang berkaitan dengan penguatan komunikasi publik, kami di

¹⁰⁵ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 1 November 2023 pukul 09.26 WIB

Kementerian Agama harus mampu mengefektifkan SDM yang ada, baik manusia maupun lainnya.”¹⁰⁶

Senada dengan pernyataan tersebut, Bapak Munib juga menyampaikan bahwa.

“berita-berita yang disajikan di institusi pemerintah kan tidak menarik memang, kan lebih menarik berita-berita yang berkaitan dengan sesuatu yang lebih fenomenal. Kalau bicara budaya mungkin orang kurang tertarik pada media sosial dengan materi agama, tetapi ini bukan sebuah hambatan, tetap kita memegang prinsip keterbukaan.”¹⁰⁷

Berdasarkan pernyataan di atas, anggota tim media sosial harus mampu mengetahui bagaimana menyajikan materi konten yang menarik dan informatif sehingga mampu menarik perhatian publik. Kemudian, bagaimana konten tersebut relevan, kredibel, dan berkualitas sehingga mampu mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu tercapainya pelayanan keagamaan dan pendidikan yang efektif dan efisien.

3) Keterbatasan Sarana Prasarana

Kendala lainnya bersumber dari terbatasnya kesediaan sarana prasarana berupa *software* dan *hardware*. Berikut adalah pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Jamil.

“ketersediaan *software* dan *hardware* termasuk dukungan dari pejabat. Ini terkadang menjadi kendala tersendiri. Tapi *alhamdulillah* beberapa tahun terakhir Kementerian Agama Pusat mendorong agar kantor-kantor daerah memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat.”¹⁰⁸

¹⁰⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

¹⁰⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

¹⁰⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamil Mashadi pada 16 November 2023 pukul 10.00 WIB

Terkait kendala ini juga disampaikan oleh Bu Axelda, sebagai berikut.

“kalo untuk perlengkapan aman, tapi kalo untuk produksi besar kita belum bisa. Kayak waktu ada acaranya pendma yang *live streaming*, terus kameranya perlu yang besar, nah itu kita masih koordinasi sama pihak luar itu madrasah, baik tenaga manusia juga peralatannya.”¹⁰⁹

Berdasarkan pernyataan di atas, sarana dan prasarana yang dimiliki Kementerian Agama Kabupaten Blitar dinilai masih kurang dalam menunjang proses pengelolaan media sosial. Akan tetapi, pihaknya menyatakan bahwa telah menjalin kerjasama dengan beberapa pihak seperti madrasah baik dari segi tenaga manusia maupun peralatannya.

4) Kurangnya Dukungan dari Berbagai Pihak

Kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan akses informasi publik oleh semua kalangan. Terlebih lagi, frekuensi penggunaan media sosial juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sehingga, sudah seharusnya masyarakat dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada dengan lebih memperhatikan informasi yang disampaikan oleh instansi pemerintah. Akan tetapi, faktanya masyarakat masih belum memberikan dukungan dan respon secara optimal. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Munib sebagai berikut.

“tentunya kaitannya dengan infrastruktur atau jaringan. Kita masih belum terlalu optimal. Followersnya belum banyak. Kita sebenarnya berharap teman-teman madrasah itu bisa menjadi follower, tapi pada praktiknya ternyata belum. Kalau dilihat dari *like* dan *subscribe* kita memang harus bekerja keras lagi karna mungkin belum terlalu banyak. Tapi kalau dilihat dari

¹⁰⁹ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

komunikasi, kami sudah menerapkan prinsip keterbukaan. Memang nanti keterlibatan masyarakat perlu kami tingkatkan.”¹¹⁰

Senada dengan pernyataan di atas, Bu Axelda juga menyampaikan bahwa.

“Kalau komentar ga banyak tapi biasanya ada yang DM, banyaknya komunikasi lewat DM sih, kalau memang informasi yang memang sudah ada templatnya ya kita bisa bantu jawab langsung, tapi kalo untuk secara lebih jauh misalnya tentang porsi haji dan sebagainya, itu kita arahkan ke seksi haji”¹¹¹

Dengan demikian, pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar dinilai masih kurang mendapat perhatian dan dukungan publik. Seperti halnya madrasah yang merupakan lembaga yang berada di bawah naungan instansi ini, mereka belum berpartisipasi penuh dalam meneruskan informasi kepada masyarakat. Selain itu, masyarakat juga belum membaca dan mengklik informasi sesuai dengan harapan instansi. Sehingga, sudah seharusnya instansi mencari cara untuk memperbaiki interaksi dan komunikasi publik.

Melalui pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa terkait kendala beserta solusi dalam penggunaan media sosial untuk peningkatan kualitas pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah sebagai berikut:

- a. Anggota tim yang masih terbatas baik secara kualitas maupun kuantitas, untuk menangani hal tersebut tim humas sudah merancang program rekrutmen, seleksi, dan pengembangan skill bagi anggota tim media

¹¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

¹¹¹ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

sosial kedepannya serta membekali pengetahuan terkait komunikasi dan pengelolaan media sosial melalui pelatihan intensif dan berkualitas. Sehingga, dapat menjadi evaluasi bagi setiap anggota untuk lebih maksimal dalam melaksanakan tugasnya.

- b. Sarana dan prasarana yang masih terbatas, untuk menangani hal tersebut tim media sosial dan pegawai humas melakukan kerjasama dengan berkoordinasi bersama berbagai pihak serta melakukan pengadaan sarana dan prasarana guna menunjang pelaksanaan tugas tim media sosial.
- c. Kurangnya dukungan dari berbagai pihak seperti madrasah-madrasah di bawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Blitar, masyarakat umum, dan stakeholder untuk mengakses informasi yang telah disampaikan di media sosial instansi. Untuk menangani hal tersebut tim media sosial bersama humas terus berupaya untuk lebih aktif berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial dan mengikutsertakan masyarakat dalam setiap program-program yang dijalankan.

Meskipun demikian, berdasarkan pernyataan beberapa informan bahwa kendala yang dialami dalam proses publikasi informasi ke media sosial oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar tidak terlihat signifikan dan masih bisa diatasi, sehingga proses komunikasi dan penyebaran informasi melalui media sosial bisa dinilai telah berjalan dengan baik.

3. Dampak Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Kehadiran media sosial di instansi pemerintahan sebagai salah satu media informasi juga memberikan beberapa dampak terhadap pelayanan instansi tersebut. Dampak adalah kondisi di mana adanya hubungan timbal balik atau sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dalam pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar memiliki dampak positif terhadap mutu pelayanan informasi.

Peneliti bertanya, apakah pesan yang disampaikan melalui media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar benar-benar sampai ke masyarakat atau tidak. Bapak Munib selaku Kasubag TU menyampaikan bahwa selama ini berita atau informasi yang dipublikasikan telah diterima masyarakat dengan baik terbukti dengan adanya dampak yang cukup baik terhadap pelayanan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

“Benar sudah tersampaikan, paling tidak info-info tentang kegiatan di Kemenag, *good news*-nya sudah bisa terus kita sampaikan. Sesuai dengan instruksi pimpinan, mari kita terus memberikan berita-berita baik.”¹¹²

Bu Axelda menambahkan, bahwa dampak positif tersebut bisa dilihat melalui adanya opini, aspirasi, dan permohonan informasi dari masyarakat melalui akun media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

“Publik memberikan respon positif, ditandai dengan adanya dukungan di media sosial. Dampak positif terlihat dari adanya partisipasi masyarakat berupa opini, aspirasi dan permohonan informasi yang diberikan melalui media sosial yang dimiliki Kemenag Kab. Blitar.”¹¹³

¹¹² Hasil Wawancara dengan Bapak Syaikhul Munib pada 29 Desember 2023 pukul 10.14 WIB

¹¹³ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

Selain itu, peneliti juga bertanya kepada salah satu pengguna media sosial yang mengikuti akun Kementerian Agama Kabupaten Blitar terkait apa media sosial yang diketahui dan diikutinya. Kemudian, bagaimana tanggapannya terhadap pelayanan informasi melalui media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar, seberapa menarik konten tersebut, dan apakah informasi sudah tersampaikan dengan baik. Menurut Indiyah Utami, salah satu pengikut media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengungkapkan bahwa:

“Media sosial kemenag yang saya tahu hanya pedma mbak. Kalau pedma menurut saya sudah sangat memudahkan lembaga. Kalau Instagram juga bagus mbak, kontennya juga informatif dan menarik. Dengan adanya Instagram semua jadi tahu info-info. Tapi, masyarakat umum masih banyak yang belum punya IG, bukannya Facebook.”¹¹⁴

Hal ini juga disampaikan oleh Arina Izzatal Ulya selaku operator madrasah, bahwa pesan yang disampaikan sudah sesuai, mudah dipahami, dan membantu mengetahui informasi pendidikan terbaru.¹¹⁵

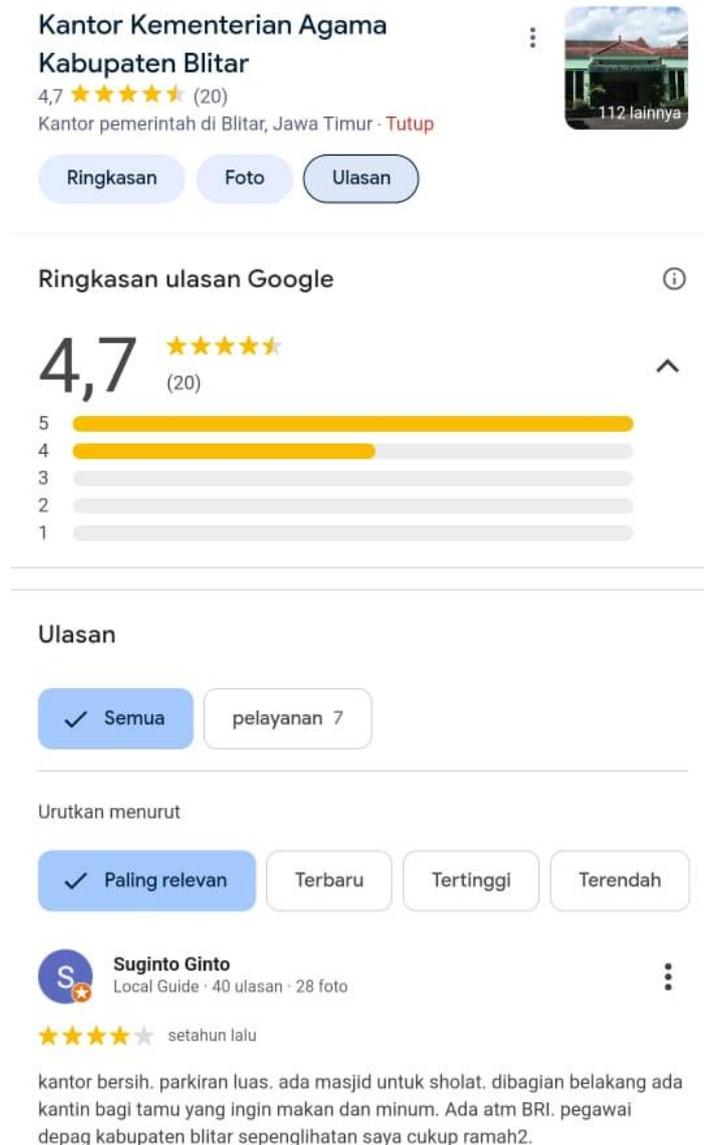
“adanya media sosial kemenag dapat membantu saya mengetahui informasi terkini seputar kemenag dengan cepat dan efisien. Sangat membantu. Saya rasa sudah cukup sesuai dan dapat saya pahami.”

Peneliti juga melakukan observasi terhadap komentar masyarakat di kolom ulasan google Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Terhitung sampai 30 Januari 2024, terdapat 20 komentar dan 7 diantaranya menyampaikan tentang kepuasan mereka terhadap pelayanan di

¹¹⁴ Hasil Wawancara dengan Bu Indiyah Utami pada 26 Januari 2024 pukul 15.28 WIB

¹¹⁵ Hasil Wawancara dengan Bu Arina Izzatal Ulya pada 26 Januari 2024 pukul 09.54 WIB

Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Adapun rating yang diberikan adalah 4,7 yang dapat dilihat melalui gambar sebagai berikut:¹¹⁶



Gambar 4. 18 Ulasan Google Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Selain itu, penulis juga melihat grafik insight media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Kegiatan ini bertujuan mengamati media sosial apa yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dapat

¹¹⁶ Hasil Observasi Penulis di Kolom Ulasan Google Review Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 30 Januari 2024 pukul 07.18 WIB

diketahui bagaimana klarifikasi dan keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing media guna menentukan media publikasi informasi secara tepat.

Berikut adalah hasil insight media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar:¹¹⁷

a. Frekuensi kunjungan facebook dan instagram

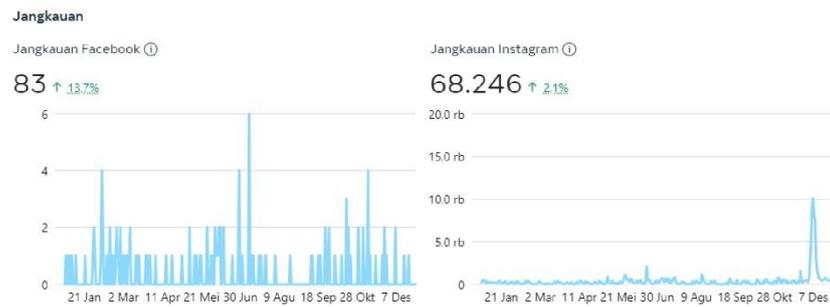


Gambar 4. 19 Frekuensi Kunjungan Profil Facebook dan Instagram

Berdasarkan hasil insight tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna yang mengunjungi profil facebook dan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengalami peningkatan selama tahun 2023. Adapun jumlah kunjungan facebook meningkat sebanyak 120,5% dan Instagram sebanyak 74%.

b. Frekuensi jangkauan facebook dan Instagram

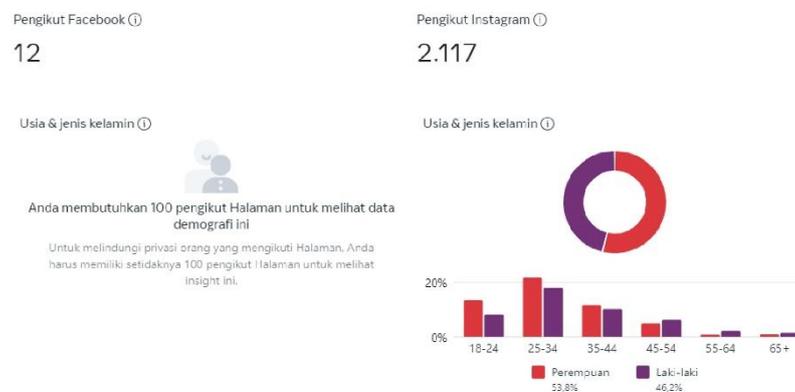
¹¹⁷ Sumber data: Dokumentasi Insight Facebook dan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar tahun 2023



Gambar 4. 20 Frekuensi Jangkauan Facebook dan Instagram

Berdasarkan hasil insight tersebut menunjukkan bahwa jumlah jangkauan akun facebook dan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengalami peningkatan selama tahun 2023. Adapun jumlah jangkauan facebook meningkat sebanyak 13,7% dan Instagram sebanyak 2.1%.

c. Jumlah pengikut facebook dan Instagram



Gambar 4. 21 Pemirsa Facebook dan Instagram

Berdasarkan hasil insight tersebut menunjukkan bahwa jumlah pemirsa akun facebook dan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengalami perubahan. Adapun jumlah pengikut facebook sebanyak 12 pengikut dan Instagram sebanyak 2117 pengikut.

Adapun konten Youtube yang paling banyak ditonton yaitu sebanyak 9,7 ribu kali dan paling sedikit ditonton sebanyak 21 kali. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa potensi media sosial yang memiliki jangkauan cukup tinggi saat ini adalah Instagram. Hal tersebut juga dibuktikan dengan antusiasme publik untuk memberikan respon di akun Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar melalui *direct message* (DM).¹¹⁸ Sebagaimana yang disampaikan oleh Bu Axelda sebagai berikut.

“Kalau komentar ga banyak tapi biasanya ada yang DM, banyaknya komunikasi lewat DM sih, kalau memang informasi yang memang sudah ada templatanya ya kita bisa bantu jawab langsung, tapi kalo untuk secara lebih jauh kita arahkan ke seksi atau pegawai yang bersangkutan.”¹¹⁹

Berdasarkan pengamatan penulis, pengelolaan media sosial milik Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah berjalan dengan baik. Hal ini didukung dengan semakin meningkatnya akses dan partisipasi publik yang dibuktikan dengan hasil riset sebelumnya. Berikut adalah hasil wawancara mengenai dampak pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar:¹²⁰

- a. Meningkatnya transparansi kebijakan dan program yang dijalankan oleh instansi yang dapat dilihat melalui beberapa konten media sosial yang sering meng-*upload* kegiatan-kegiatan di instansi.
- b. Terwujudnya penyampaian informasi berkaitan dengan pendidikan dan keagamaan yang cepat dan serentak melalui media sosial yang mudah

¹¹⁸ Hasil Observasi Penulis di beberapa akun media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 22 Januari 2023

¹¹⁹ Hasil Wawancara dengan Bu Axelda Martha pada 28 Desember 2023 pukul 09.54 WIB

¹²⁰ Hasil observasi penulis di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar pada 28 Desember 2023

diakses oleh publik secara luas dan tentunya informasi tersebut adalah informasi terbaru.

- c. Terwujudnya pelayanan informasi pendidikan dan keagamaan yang efisien sesuai dengan esensi program Kementerian Agama Kabupaten Blitar dan target sasaran publik yang telah ditentukan yakni masyarakat umum, warga madrasah, dan para stakeholder lainnya.
- d. Terwujudnya sosialisasi dan komunikasi dua arah antara instansi dan publik yang dapat dilihat melalui saran, masukan, serta pertanyaan melalui media sosial, seperti pada *Direct Message* pada Instagram, *WhatsApp Center*, e-mail, dan seterusnya.
- e. Terwujudnya pelayanan yang cepat dan murah karena saat ini masyarakat dapat mengakses informasi yang disajikan di mana saja dan kapan saja.

Adapun secara rinci dampak pengelolaan media sosial tersebut berorientasi pada indikator mutu pelayanan informasi sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Peningkatan mutu pelayanan informasi sebelum dan sesudah pengelolaan media sosial

Aspek	Sebelum pengelolaan media sosial	Sesudah pengelolaan media sosial
Konten yang dipublikasikan	Belum ada penataan <i>template</i> dan <i>caption</i> secara resmi, serta masih berupa foto-foto saja.	<i>Template</i> dan <i>saption</i> mengikuti standar yang ditetapkan oleh Kementerian Agama RI, tidak hanya foto tetapi juga video pendek dan video di Youtube.
Jumlah konten yang dipublikasikan	Masih sedikit dan terbatas pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Kementerian	Selain kegiatan instansi, juga ada update informasi, berita, dan artikel tentang

	Agama Kabupaten Blitar.	keagamaan dan pendidikan.
Partisipasi masyarakat	Masyarakat menyampaikan keluhan, kritik, dan saran hanya ketika berada di kantor.	Masyarakat kini dapat menyampaikan keluhan, kritik, dan saran di kolom komentar atau pesan atau laporan aduan yang diakses melalui website dan media sosial.
Feedback publik atau masyarakat	Instansi belum dapat memperoleh kabar atau informasi langsung dari masyarakat secara maksimal dan hanya dapat memantau sebagian kecil dampak dari pelayanan instansi.	Masyarakat dapat melaporkan kejadian atau kabar terbaru melalui layanan yang tersedia, juga memberikan apresiasi dan saran kepada instansi.
Jangkauan informasi	Belum menjangkau seluruh masyarakat karena keterbatasan jaringan internet dan kurangnya pengetahuan tentang media sosial resmi Kementerian Agama Kabupaten Blitar.	Sudah mulai menjangkau seluruh masyarakat yang ditandai dengan meningkatnya pengguna yang mengakses media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
Waktu proses pelayanan	Masyarakat hanya dapat mengajukan permohonan pelayanan dan mendapatkannya sesuai jam kantor.	Masyarakat dapat mengajukan permohonan pelayanan serta mengakses informasi pendidikan dan keagamaan kapan pun dan di mana pun melalui website dan media sosial instansi.
Kecepatan penyebaran informasi	Informasi masih disebarkan melalui media seperti koran, radio, dan televisi sehingga informasi kurang cepat diterima oleh masyarakat.	Informasi yang dipublikasikan melalui media sosial dapat menyebar langsung secara luas ketika konten di <i>upload</i> dan bisa diakses oleh siapa saja di mana saja.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Perencanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan informasi, Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar terus berupaya mengoptimalkan penyebaran informasi melalui media sosial melalui beberapa program. Seperti yang telah dijelaskan di bab dua, humas memiliki peran penting sebagai jembatan antara instansi dengan publik guna mengetahui bagaimana kebutuhan informasi publik dan sebaliknya. Humas juga berperan dalam proses pengambilan keputusan yang diperoleh dari ide, gagasan, dan saran dari masyarakat sebagai bahan pertimbangan pemutusan kebijakan instansi.¹²¹ Melalui dukungan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, maka hal tersebut dapat menjadi peluang bagi untuk memberikan pelayanan informasi yang efektif dan efisien. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran informasi publik.

Perencanaan menjadi langkah awal dalam proses publikasi informasi ke media sosial. Perencanaan juga dapat menjadi standar pengawasan yang berisikan apa saja kegiatan yang dilakukan, kapan kegiatan dilakukan, siapa saja yang terlibat, di mana kegiatan dilakukan, termasuk biaya dan kualitas

¹²¹ Ruslan, *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi*, 11.

pekerjaan yang dilakukan. Maka, perencanaan perlu disusun sebagai pedoman untuk mencapai tujuan yang diinginkan.¹²²

Seperti yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar, perencanaan pengelolaan media sosial ini berisikan tujuan, kegiatan, dan program yang akan dijalankan dalam mempublikasikan berita atau informasi ke media sosial. Adapun tujuan tersebut adalah mewujudkan dan mensosialisasikan tujuan pembangunan sebagai salah satu tugasnya kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan, pembinaan, dan perlindungan, serta menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan informasi keagamaan dan pendidikan. Masyarakat juga dapat memberikan saran, masukan, atau pertanyaan sehingga dapat timbul interaksi, komunikasi, dan partisipasi masyarakat yang dapat meningkatkan kepercayaan publik.

Perencanaan ini seperti yang telah disebutkan di bab dua pada teori strategi humas oleh Cutlip dan Center yang terdiri dari empat langkah, yaitu *fact finding, planning, communication, dan evaluation*. *Fact finding* merupakan kegiatan mengamati atau menganalisis fenomena yang terjadi di lapangan. Adapun fenomena yang ditemukan yaitu website yang sering mengalami perbaikan, informasi yang tidak merata di semua media sosial milik instansi, konten media sosial yang kurang menarik dengan ditandai masih rendahnya respon masyarakat, anggota tim media sosial yang masih terbatas baik dari segi kualitas dan kuantitas, serta peralatan atau sarana prasarana yang masih minim.

¹²² Fatkhul Mubin, "Perencanaan Dan Manajemen Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 4 (2020): 1–17.

Dalam rangka mengatasi kendala tersebut, Kementerian Agama Kabupaten Blitar menyusun strategi perencanaan. *Planning* atau perencanaan tersebut antara lain melakukan identifikasi informasi, pemilihan media sosial, pembentukan tim khusus pengelola media sosial, kerjasama dengan pihak eksternal, anggaran khusus pengelolaan media sosial, dan membuat peraturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) pemanfaatan media sosial untuk publikasi informasi. Berikut langkah-langkahnya:

1. Identifikasi Informasi

Sebelum melakukan publikasi informasi di media sosial, humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar melakukan identifikasi informasi yang terdiri dari kegiatan analisis informasi apa saja yang sedang berkembang dan menjadi kebutuhan masyarakat. Tujuannya agar konten yang dipublikasikan dapat relevan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Konten tersebut tidak hanya berupa berita atau informasi tetapi juga edukasi kepada masyarakat. Misalnya, informasi keagamaan, layanan pendidikan, maupun data-data lainnya yang berhubungan dengan Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Instansi telah menyajikan informasi tersebut dengan aktif, yaitu informasi yang disampaikan secara berkala maupun informasi yang wajib disediakan setiap saat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christiany Juditha bahwa identifikasi informasi menjadi langkah awal dan strategi yang tepat untuk mencari kata kunci dari informasi yang dibutuhkan. Identifikasi informasi mencakup jenis, karakteristik, dan

tantangan informasi yang diperoleh sehingga dapat dipahami oleh publik.¹²³

2. Pemilihan Media Sosial

Pemilihan media sosial menjadi langkah kedua yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Pada dasarnya, penggunaan media sosial dalam penyelenggaraan informasi publik ini berhubungan erat dengan prinsip transparansi, partisipasi, dan kolaborasi. Kini, masyarakat mengharapkan pelayanan informasi publik yang cepat, mudah, dan sederhana. Hal tersebut sejalan dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital yang dapat memberikan akses data antara penyedia layanan dengan pengguna secara efektif dan efisien. Sehingga, media sosial ini dimanfaatkan sebagai penunjang proses pelayanan informasi publik dengan konsep *e-government*.¹²⁴

Diantara media sosial yang digunakan sebagai media penyebaran informasi oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah website, Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, dan *Whatsapp center*. Platform media sosial tersebut dipilih berdasarkan riset yang diperoleh melalui *insight* oleh tim pengelola media sosial. Riset tersebut menunjukkan bahwa publik lebih banyak mengakses media sosial Instagram. Akan tetapi, pada perkembangannya, media sosial lainnya juga mulai

¹²³ Christiany Juditha, "Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan Di Komunitas Online," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 16, no. 1 (2019): 77–90, <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>.

¹²⁴ Bambang Arianto, "Melacak Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Provinsi Banten," *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)* 13, no. 1 (2022): 113, <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.15788>.

mengalami peningkatan jumlah frekuensi dan jangkauan yang terhitung selama setahun terakhir. Sehingga, kondisi tersebut menjadi bukti nyata adanya kreatifitas dan inovasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar dalam meningkatkan interaksi dan komunikasi publik.

Penetapan akun media sosial resmi menjadi tanggungjawab sepenuhnya bagi instansi yang bersangkutan. Hal ini dilakukan guna mencegah munculnya akun-akun yang mengatasnamakan instansi dan ikut menyebarkan berita hoaks atau segala informasi yang bertentangan dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Sehingga, masyarakat dapat mengetahui dengan benar mana akun resmi milik instansi dan dapat dipastikan bahwa informasi yang disampaikan benar-benar valid. Inilah resiko yang ditanggung ketika media sosial dimanfaatkan oleh instansi pemerintah, maka perlu dikelola dengan bijak menggunakan strategi manajemen resiko yang tepat.¹²⁵

3. Membentuk Tim Pengelola Media Sosial

Langkah ketiga yaitu membentuk tim khusus pengelola media sosial yang terdiri dari pegawai humas dibantu wakil kepala humas setiap madrasah se-Kabupaten Blitar, dan perwakilan setiap ruangan atau satuan kerja (satker). Tugas tim adalah melakukan *update* informasi; mengelola menu, konten, desain; mengelola user website dan media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Sudirman, dkk bahwa pembentukan tim atau kelompok khusus tidak hanya bertugas mengelola tetapi juga memelihara

¹²⁵ Andhini Hastrida, "Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko," *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 25, no. 2 (2021): 149–65, <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>.

agar media yang digunakan dapat berfungsi dengan baik. Utamanya, tim bertugas untuk mengumpulkan dan mengelola konten dari masyarakat ke instansi. Sehingga, dapat membantu pengelolaan media sosial dengan baik dan maksimal dalam menyebarkan informasi kepada publik.¹²⁶

Dalam rangka meningkatkan kualitas anggota tim, maka ada beberapa program yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar, yaitu rekrutmen, seleksi, dan pengembangan *skill*. Tujuan dilaksanakannya program tersebut adalah untuk memperoleh sumber daya manusia atau personil yang ahli dan profesional bekerja di bidang komunikasi, publikasi informasi, dan pengelolaan media sosial.

Program manajemen sumber daya manusia seperti yang telah disebutkan di atas menjadi salah satu faktor keberhasilan instansi dalam memaksimalkan kinerja anggotanya sehingga dapat memberikan hasil seoptimal mungkin. Sebab, sumber daya manusia merupakan faktor produksi yang menempati komponen penting dalam organisasi yang harus diperhatikan serius agar tercapai tujuan yang diharapkan. Maka dari itu, pengembangan sumber daya manusia sangatlah penting, salah satunya melalui rekrutmen dan pembinaan yang disesuaikan dengan kebutuhan instansi.¹²⁷

4. Kerjasama dengan Pihak Eksternal

¹²⁶ Sudirman Sudirman, Arief Fauzan, and Rezki Amalia Wahyuni Mustakim, "Pembuatan Website Sebagai Media Pencitraan Dan Promosi INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK," *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat* 4, no. 1 (2023): 1–8.

¹²⁷ Erlina Yuliyati, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Total Quality Management Di Smk Muhammadiyah Prambanan," *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2020): 24–35, <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.967>.

Kementerian Agama Kabupaten Blitar membangun kerjasama dengan beberapa media, seperti saluran radio, televisi, dan penggiat media sosial. Selain itu, juga bekerjasama dengan stakeholder, tokoh agama, tokoh lintas agama, majelis keagamaan, dan organisasi kemasyarakatan. Tujuan utama dari kerjasama tersebut adalah untuk memudahkan instansi dalam mengidentifikasi informasi dan mempublikasikan konten yang bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Sejalan dengan pernyataan Al Idrus bahwa kerjasama dibangun sebagai upaya untuk memenuhi keinginan pihak lain dengan menempatkan kepentingan umum daripada kepentingan sendiri (instansi).¹²⁸ Dengan kata lain, kerjasama dan koordinasi yang dibangun tersebut membuat informasi yang disampaikan dapat dijangkau semakin luas lagi karena memungkinkan adanya *sharing information*. Inilah yang dapat mendorong keberhasilan instansi dalam menyelenggarakan pelayanan publik sebab adanya sikap saling pengertian dan kepercayaan terhadap publik.

5. Membuat Peraturan atau SOP

Standar Operasional Prosedur atau SOP pada umumnya mencakup aturan-aturan mengenai penggunaan media sosial untuk penyebaran informasi. Kementerian Agama Kabupaten Blitar telah menetapkan SOP tersebut yang meliputi indikator informasi dan data yang akan diolah; prinsip dan etika penggunaan media sosial; serta hal-

¹²⁸ S. A. J. Al Idrus, "Model Strategi Kemitraan Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di MAN 2 Mataram).," *Palapa: Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* 5, no. 2 (2017): 25.

hal yang harus diperhatikan dalam publikasi konten ke media sosial. SOP dibutuhkan instansi untuk memudahkan anggota dalam memahami struktur, alur tugas, dan tanggungjawab pekerjaan masing-masing. Selain itu, SOP juga menjadi bahan identifikasi bagi pimpinan dalam mengevaluasi apa saja hal yang perlu diperbaiki ke depannya.¹²⁹

Pertama, indikator informasi yang akan dipublikasikan adalah informasi yang akurat, bermanfaat, dan menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan serta prinsip-prinsip negara kesatuan Republik Indonesia. Hal ini sesuai dengan surat Al-Hujurat ayat 6 yang disebutkan di bab dua, bahwa setiap orang harus menyeleksi informasi yang akan disampaikan kepada orang lain. Maka dari itu, humas dan tim media sosial selaku pihak pemberi informasi harus memastikan bahwa informasi tersebut telah sesuai standar dan peraturan perundang-undangan. Kedua, prinsip dan etika penggunaan media sosial juga penting untuk diterapkan oleh praktisi humas dan tim media sosial.

Sejalan dengan penelitian oleh Nikolas, pihak pengelola media sosial harus bisa menjaga tanggungjawab baik dari segi sikap, perilaku, maupun kebijakan yang diambil terhadap penyelenggaraan pelayanan informasi yang dilaksanakan. Termasuk dalam hal ini yaitu menjaga kualitas konten yang dipublikasikan, melakukan klarifikasi secara langsung ketika ditemukan kesalahan, dan responsif dalam menanggapi

¹²⁹ Nikolaus Christmas Ananda Pratama and Sony Hartono, "Tinjauan Prosedur Operasional Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi Perpajakan," *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 6, no. 2S (2022): 472–87, <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1856>.

berita hoaks atau respon negatif dengan unggahan yang sesuai dan tepat. Melalui strategi ini dapat meningkatkan dukungan, partisipasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap instansi.¹³⁰

Berdasarkan paparan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kegiatan perencanaan pengelolaan media sosial oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar sudah dipersiapkan dengan baik dan dikelola oleh tim khusus yang telah dibentuk sebelumnya. Menurut penulis, langkah yang dilakukan oleh humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar ini merupakan langkah yang baik dan perlu dilakukan secara konsisten agar kedepannya pelayanan informasi tersebut dapat berjalan efektif dan efisien.

B. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Pelaksanaan merupakan tahapan implementasi program dan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Berdasarkan teori strategi humas oleh Cutlip dan Center yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa tahap selanjutnya setelah perencanaan adalah *communicating*, yaitu mengkomunikasikan program dan kegiatan kepada seluruh anggota yang terlibat dalam proses publikasi informasi guna dilakukan eksekusi atas strategi yang telah direncanakan.

Sesuai dengan konsep tersebut, tim pengelola media sosial bersama humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar melaksanakan beberapa kegiatan. Pertama, mengumpulkan dan mengolah data atau informasi bersama

¹³⁰ Pratama and Hartono.

penyuluh agama, menyaring draft berita sesuai permohonan informasi, pengaduan masyarakat, dan fokus berdasarkan tujuh program prioritas Kementerian Agama. Setelah data yang dikumpulkan siap, tim bersama penyuluh agama melakukan pengkajian ulang. Informasi yang telah sesuai standar akan disampaikan kepada atasan untuk mendapatkan persetujuan dan selanjutnya segera di-*upload* ke media sosial.

Sejalan dengan penelitian Wahyuddin bahwa berita atau informasi yang ingin di *upload* di web harus diteliti terlebih dahulu, untuk mempertimbangkan seberapa akurat atau layak informasi tersebut. Segala bentuk informasi yang telah di-*update* adalah berdasarkan persetujuan dari humas dan kepala kantor. Selain itu ada beberapa hal lain yang perlu diperhatikan dalam penulisan berita baik dari sisi reportase, proses editorial, etika jurnalistik, dan penyajian isi berita yang mengandung 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, + How*), ringkas, padat, jelas, mudah dipahami, dan logis.¹³¹

Kedua, memetakan target atau sasaran publik dan media yang digunakan. Adapun target sasaran publik Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah masyarakat umum, warga madrasah, dan instansi terkait. Sedangkan, media resmi (*official*) yang digunakan yaitu website, youtube, Instagram, facebook, tiktok, dan whatsapp center. Tim media sosial telah melakukan riset melalui *insight* sehingga dapat mengetahui media mana yang sering diakses masyarakat dan siapa saja yang mengakses.

¹³¹ H Wahyuddin, "Strategi Humas Kanwil Kementerian Agama Sulawesi Selatan Dalam Penyebarluasan Informasi Melalui Media Online," 2016, 85.

Insight merupakan salah satu media analisis yang memudahkan penentuan target yang sesuai dengan sasaran instansi, diantaranya menentukan jadwal posting konten ke media sosial, menentukan isi konten yang sesuai, menarik, mengikuti tren masyarakat, dan penggunaan *caption* atau tanda pagar (*hashtag*). Secara umum, tujuan dari adanya analisis media sosial ini adalah memperoleh wawasan melalui kegiatan identifikasi pola, struktur, dan tren dari data-data yang dikumpulkan dari berbagai platform media sosial. Sehingga, dapat membantu instansi dalam memahami apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh pengguna media sosial atau masyarakat.¹³²

Ketiga, produksi media sosial. Tahap produksi berita atau konten ke media sosial dilakukan oleh redaktur dan editor tim media sosial. Editor memastikan bahwa informasi yang telah disajikan dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video ini sesuai dengan kebijakan Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Adapun *web developer* bertugas mendesain konten berita tersebut agar menampilkan informasi yang menarik.

Proses produksi konten yang dikelola dengan baik harus memperhatikan beberapa indikator. Pertama, bagaimana seseorang memaknai konten yang dibagikan dari aspek pemilihan, penggunaan, dan manfaat dari konten media sosial tersebut. Kedua, sumber informasi yang diterima itu akurat dan terpercaya sehingga mendorong seseorang mau berbagi informasi yang bermanfaat kepada dirinya. Ketiga, nada penyampaian informasi yang bergantung pada penyajian konten oleh komunikator yang dapat menimbulkan

¹³² Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini, "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34, <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.

kesan positif, netral, atau negatif serta minat seseorang untuk menggunakan media sosial tersebut. Keempat, konten yang disajikan menarik misalnya podcast berita, wawancara dengan pakar atau narasumber, atau berita yang memuat edukasi kepada khalayak.¹³³

Keempat, evaluasi publikasi informasi media sosial. Evaluasi merupakan strategi terakhir yang dilakukan dalam teori strategi humas oleh Cutlip dan Center. Evaluasi yang dilakukan oleh tim Kementerian Agama Kabupaten Blitar ini didasarkan pada tujuan, visi, dan misi organisasi, apakah program dan kegiatan yang dilakukan telah sesuai atau tidak. Kegiatan tersebut telah berjalan lancar yang dibuktikan dengan tidak adanya komplain baik di web, media sosial, maupun pihak yang datang langsung ke kantor terkait pelayanan informasi yang telah diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan informasi telah dilaksanakan sesuai prosedur yang ada.

Meskipun demikian, rapat koordinasi dan evaluasi tidak dilakukan secara rutin dan hanya dilakukan sewaktu-waktu (*insidental*). Berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Yusuf Asidik bahwa rapat koordinasi dan evaluasi biasanya diadakan setiap tiga bulan dan setiap akhir tahun guna meminimalisir keluhan atau masalah dari staf humas atau satker admin website. Kemudian, membentuk laporan dalam bentuk formulir evaluasi awal satker guna menilai kinerja yang telah dilakukan. Laporan ini juga berfungsi sebagai

¹³³ Mochamad Maulana Ibrahim and Rahmat Edi Irawan, "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19," *Representamen* 7, no. 02 (2021), <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>.

pertimbangan penyusunan strategi atau rencana yang baru ketika hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan tujuan.¹³⁴

Pelaksanaan pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar dinilai telah sesuai prosedur publikasi informasi. Akan tetapi, diperlukan penyempurnaan dalam proses produksi berita atau informasi yaitu dengan memaksimalkan kinerja satker admin untuk menulis berita sesuai standar pusat. Sehingga dapat meringankan tugas editor untuk menyunting draft berita yang telah dikirimkan oleh setiap satker. Mengingat bahwa selama ini pihak yang mengikuti diklat kehumasan baik dari wilayah maupun pusat adalah pegawai humas saja. Untuk itu, pihak Kementerian Agama Kabupaten Blitar hendaknya mengadakan workshop atau pelatihan penulisan berita, pendokumentasian kegiatan, dan administrasi yang berkaitan dengan media sosial dan website. Melalui workshop tersebut dapat menjadi salah satu cara meningkatkan kinerja para admin satker.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirman bahwa langkah tersebut telah dilakukan di Desa Kamiri dimana pelatihan teknologi informasi dapat meningkatkan literasi digital dan keterampilan dalam penggunaan teknologi. Kegiatan tersebut didukung dengan adanya kelompok belajar yang berfokus pada pembelajaran teknologi informasi dengan metode partisipatif. Keterlibatan seluruh anggota kelompok menjadikan mereka lebih

¹³⁴ Yusuf Asidik Nugroho, "Strategi Kasubag Humas Dalam Meningkatkan Kinerja Admin Website Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan" (Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017).

kompeten dalam mengelola media website sebagai media pencitraan dan promosi desa tersebut.¹³⁵

C. Dampak Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar

Kegiatan pengelolaan media sosial sebagai media penyebaran informasi memiliki tujuan tertentu yang diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan pelayanan informasi dan komunikasi publik. Adapun ukuran keberhasilan dari pemanfaatan media sosial ini adalah terjadinya timbal balik antara pemerintah dan masyarakat yang kuat. Tentunya, pemerintah menginginkan adanya partisipasi aktif dalam mengawasi jalannya pemerintahan seperti mendorong penegakan hukum, pelaksanaan demokrasi, pemberantasan korupsi, dan memastikan penyelenggaraan pemerintahan yang baik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, pelayanan publik dapat menghemat biaya sehingga memungkinkan masyarakat untuk menerima informasi secara cepat, mudah, transparan, dan layanan administrasi yang efisien.¹³⁶

Adapun dampak utama yang dapat dirasakan dengan adanya media sosial sebagai media penyebaran informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah tersampainya informasi atau berita seputar keagamaan, pendidikan, ibadah, dan seterusnya, secara cepat, mudah, dan murah. Hal ini

¹³⁵ Sudirman, Fauzan, and Amalia Wahyuni Mustakim, "Pembuatan Website Sebagai Media Pencitraan Dan Promosi INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK."

¹³⁶ Frando Christo Wulur and Dety Mulyanti, "Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah," *Manabis (Jurnal Manajemen Bisnis)* 2, no. 1 (2023): 37–45, <https://journal.yp3a.org/index.php/manabis>.

mendorong pelaksanaan transparansi kinerja instansi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Terlebih lagi, masyarakat dapat memberikan saran, kritik, dan partisipasi dalam setiap program yang sedang maupun akan dijalankan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

Meskipun dinilai cukup memberikan dampak signifikan pada pelayanan publik instansi, akan tetapi tetap ada resiko dan kendala yang perlu menjadi koreksi kedepannya. Pihak Kementerian Agama Kabupaten Blitar harus lebih meningkatkan interaksi dan komunikasi melalui media sosial yang telah aktif berjalan saat ini. Sehingga, dapat mendorong terwujudnya komunikasi dua arah, sebab seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa meskipun tidak ada yang mengajukan komplain tetapi masyarakat kurang memberikan respon atau komentar sesuai harapan instansi. Hal ini mungkin bisa terjadi karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Oleh karena itu, inovasi dan kreatifitas dalam mengelola konten informasi yang akan dipublikasikan ini harus dikelola dengan memperhatikan hal-hal yang dapat menarik perhatian masyarakat.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Sukma bahwa Humas Kementerian Agama Republik Indonesia memproduksi konten yang berbeda dari media sosial lainnya, yaitu “Komik Digital Kemenag” melalui akun Youtube-nya. Konten tersebut berisikan video animasi dengan tema toleransi beragama. Kemudian, meng-*upload* video satu pekan berisikan kebijakan Menteri Agama dalam urusan keagamaan maupun rapat kerjasama

dengan beberapa pihak. Video satu pekan ini diposting setiap minggunya di reels Instagram.¹³⁷

Kegiatan di atas dapat menjadi masukan kepada Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk terus melakukan perbaikan dan pengembangan produksi konten guna memberikan pelayanan yang bermanfaat, cepat, dan tanggap. Konten tersebut dapat dikemas lebih menarik, ringan, dan sederhana, khususnya kepada generasi milenial saat ini yang sering mengakses media sosial. Menurut peneliti, hal tersebut dapat tercapai dengan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam memberi informasi terkait pelayanan publik pada media sosial.

Penggunaan media sosial instansi pemerintah selain untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, juga harus dapat memberdayakan masyarakat dengan memberikan pengetahuan dan informasi yang dapat diakses langsung. Dalam hal ini dibutuhkan profesionalitas dari pegawai berupa kemampuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan tanggungjawab yang mencerminkan loyalitas, inovasi, produktivitas, serta kreatifitas. Profesionalitas dapat terwujud jika didukung adanya kesesuaian antara tingkat pengetahuan dan latar belakang pendidikan dengan tugas dan tanggungjawab yang diemban. Selain itu, instansi perlu membina hubungan baik dengan masyarakat melalui program-program berkelanjutan dan sikap tanggap atas

¹³⁷ Nabila Sukma Ayuni, "Strategi Biro Humas Kementerian Agama RI Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023).

permohonan layanan atau aduan sehingga pengguna media sosial merasakan kedekatan atau keterlibatan dengan instansi yang bersangkutan.¹³⁸

¹³⁸ Zakiatul Zahara and Januar Eko Aryansah, “Media Sosial Dan Pelayanan Publik: Pengaruh Adopsi Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan,” *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan* 14, no. 1 (2023): 63–82, <https://doi.org/10.23960/administratio.v14i1.352>.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dan hasil penelitian sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diperoleh dari Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah:

1. Perencanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar dengan menerapkan beberapa langkah atau tahapan, yaitu (a) melakukan identifikasi informasi, (b) pemilihan media sosial, pembentukan tim khusus pengelola media sosial, (c) kerjasama dengan pihak eksternal, (d) anggaran khusus pengelolaan media sosial, dan (e) membuat peraturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait pemanfaatan media sosial untuk publikasi informasi kepada masyarakat. Langkah ini dinilai sejalan dengan instruksi Kementerian Agama Republik Indonesia dan penerapan teori strategi humas oleh Cutlip dan Center yaitu *fact finding* dan *planning* serta dapat digunakan untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi melalui media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
2. Pelaksanaan pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar terdiri dari proses koordinasi dan komunikasi mengenai pelaksanaan tugas publikasi informasi atau berita kepada seluruh anggota tim pengelola media sosial.

Diantara langkah pelaksanaan tersebut yaitu (a) pengolahan data menjadi informasi atau berita yang sesuai standar, (b) pemetaan media dan target sasaran publik, (c) produksi konten ke media sosial, dan (d) evaluasi publikasi informasi media sosial. Langkah-langkah tersebut dinilai cukup berhasil yang dapat dilihat melalui konsistensi tim untuk mengelola konten pada media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Akan tetapi, masih kurang berjalan maksimal karena beberapa kendala, diantaranya terbatasnya kualitas dan kuantitas SDM, sarana prasarana, dan dukungan publik. Selain itu, masyarakat masih belum sepenuhnya mengetahui keberadaan media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar dan hanya mengikuti salah satu media sosial atau sebagian saja. Meskipun demikian, kendala yang dihadapi masih dapat diatasi dengan baik.

3. Dampak pengelolaan media sosial untuk peningkatan mutu pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar sudah dapat dirasakan oleh publik, yaitu masyarakat umum, warga madrasah, dan instansi terkait. Diantara dampak tersebut yaitu terwujudnya pelayanan informasi keagamaan dan pendidikan yang transparan, terpercaya, mudah, murah, cepat, tanggap, efisien, dan efektif. Hal ini didukung dengan tidak adanya masalah yang signifikan. Kementerian Agama terus menjalankan tugasnya dalam melakukan penyebaran informasi melalui media sosial secara rutin.

B. Saran

Penelitian tentang strategi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten

Blitar telah dilaksanakan dengan lancar. Terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti, sebagai berikut:

1. Kepada pihak Kementerian Agama Kabupaten Blitar tetap menjaga konsistensi untuk melaksanakan penyebaran informasi melalui media sosial, terutama pada media sosial yang masih kurang aktif seperti Youtube dan Facebook untuk menarik penonton agar tidak berpindah ke channel lain.
2. Kepada pihak Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk melaksanakan survey kepuasan masyarakat untuk mengetahui seberapa puas masyarakat terhadap pelayanan informasi dan dapat menjadi evaluasi menuju lebih baik.
3. Kepada pihak humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan media sosial dengan melakukan pelatihan atau workshop sehingga dapat memaksimalkan kinerja tim dalam mempublikasikan konten yang variatif dan menarik.
4. Kepada pihak humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk melakukan sosialisasi media sosial resmi instansi agar masyarakat mengetahui adanya kemudahan pelayanan informasi yang diberikan oleh Kementerian Agama Kabupaten Blitar.
5. Bagi peneliti lain, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk penelitian lain yang berhubungan dengan hubungan masyarakat berbasis digital serta penggunaan media sosial bagi instansi pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

Referensi

- Abi Ja'far Muhammad bin Jarir al-Tabari. *Tafsir Al-Tabari*. 23rd ed. Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Alfajri, Muhamad Fitra, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini. "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.
- Ali Riyadi, Ahmad, and Fahrurrozi. *Total Quality Management In Education*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2006.
- Arianto, Bambang. "Melacak Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Provinsi Banten." *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)* 13, no. 1 (2022): 113. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.15788>.
- Assumpta Rumanti, Maria. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo, 2002.
- Ayuni, Nabila Sukma. "Strategi Biro Humas Kementerian Agama RI Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023.
- Badriya, Nurul. "Digital Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Sumenep Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik." Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2023.
- Bertot, John Carlo, Paul T. Jaeger, Sean Munson, and Tom Glaisyer. "Social Media Technology and Government Transparency." *Computer* 43, no. 11 (November 2010): 53–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>.
- Christo Wulur, Frando, and Dety Mulyanti. "Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah." *Manabis (Jurnal Manajemen Bisnis)* 2, no. 1 (2023): 37–45. <https://journal.y3a.org/index.php/manabis>.
- Coronel, C., and S. Morris. "Database Systems: Design, Implementation, & Management." *Cengage Learning* 11 (2015).
- Coulsin, Colin, and Thomas. *Public Relations: Pedoman Praktis Untuk PR*. Jakarta : Bumi Aksara, 1990.
- Cutlip, S. M., A. H. Center, and G. M Broom. *Effective Public Relations: Terj. T. Wibowo, Trans*. 9th ed. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Deming, W. E. *Quality, Productivity and Competitive Position*. Cambridge: MIT Press, 1982.
- Departemen Agama RI. "Qur'an Kemenag." Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal, 2022.
- Detik.com. "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal 2023," July 2023.

- Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. 1st ed. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016.
- Echols, John M., and Hasan Shadily. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1976.
- Grant, Robert M. *Contemporary Strategy Analysis; Concept, Techniques, Applications*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Gronross, C. *Services Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington: Massachusetss, 1997.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 1986.
- Hamel, G, and C.K Prahalad. *Kompetisi Masa Depan*. Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995.
- Hastrida, Andhini. "Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 25, no. 2 (2021): 149–65. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>.
- Hayat, Muzahid Akbar, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, Dan Muhammad, Iwu Iyansyah, Uniska Syech, Muhammad Arsyad, and Albanjari Banjarmasin. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. Vol. 2, 2021.
- Ibrahim, Mochamad Maulana, and Rahmat Edi Irawan. "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19." *Representamen* 7, no. 02 (2021). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>.
- Idrus, S. A. J. Al. "Model Strategi Kemitraan Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di MAN 2 Mataram)." *Palapa: Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* 5, no. 2 (2017).
- Ivancevich, dkk. *Organizational Behavior and Management*. Boston: Irwin Mc Graw-Hill, 1997.
- Jamaluddin. "Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (Al-Bai') Perspektif Islam." *Tribakti Jurnal Pemikiran Keislaman* 28, no. 2 (2017): 293–94.
- Juditha, Christiany. "Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan Di Komunitas Online." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 16, no. 1 (2019): 77–90. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>.
- Juran, J. M. *Quality Control Handbook*. 4th ed. New York: Mc. Graw, 1962.
- Kaplan, A.M., and M. Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," 2010, 59–68.
- Kartika, Sri, Abdi Abdi, and Nasrulhaq Nasrulhaq. "Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik Di Pusat Pelatihan Dan Pengembangan Dan Kajian Manajemen Pemerintahan Lembaga Administrasi Negara." *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 9, no. 1 (April 30, 2023): 72–85. <https://doi.org/10.26618/kjap.v9i1.10644>.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Bandar Maju, 1990.
- Kementerian Agama Kabupaten Blitar. "Profil, Visi, Dan Misi ." <https://kemenagkabblitar.id/>, 2023.
- Khan, Gohar F. *Social Media For Government*. Springer Singapore, 2017.

- Koentjaraningrat. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. 3rd ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Kusuma Habibie, Dedi. "Citizen-Centric E-Government Pelayanan Publik ." *Jurnal Kebijakan Publik* 10, no. 1 (March 2019).
- Lovelock, Christopher, and Laurent Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Miles, Matthew B. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru/ Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman: Penerjemah Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1992.
- Moeloeng, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mubin, Fatkhul. "Perencanaan Dan Manajemen Pendidikan." *Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 4 (2020): 1–17.
- Mukarom, Zainal. *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia, 2019.
- Nova, F. *PR War: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukan Media Dan Memenangkan Simpati Publik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.
- Nugroho, Yusuf Asidik. "Strategi Kasubag Humas Dalam Meningkatkan Kinerja Admin Website Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan." Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017.
- Permatasari, Dalilah Ayu, Irsyadatun Ni'mah Almatin, and Wiladatus Sholihah. "Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pengelolaan Layanan Informasi E-Government Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik." *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam* 3, no. 1 (March 26, 2021): 69–82. <https://doi.org/10.15642/japi.2021.3.1.69-82>.
- Pratama, Nikolaus Christmas Ananda, and Sony Hartono. "Tinjauan Prosedur Operasional Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi Perpajakan." *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 6, no. 2S (2022): 472–87. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1856>.
- Rainer, R. Kelly, and Casey G Cegielski. *Introduction to Information Systems* . 3rd edition. Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, 2015.
- Riyanto, Andi Dwi. "Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2023." <https://mediaindonesia.com/teknologi/586172/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-melesat>, 2023.
- Ruchiat Nugraha, Aat, Diah Fatma Sjoraida, and Evi Novianti. "Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik." *Profesi Humas* 6, no. 2 (2022): 286–310.
- Rue, Leslie W., and Phyllis G. Holland. *Strategic Management: Concepts and Experiences*. USA: Mc. Graw-Hill International, 1986.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- . *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. 3rd ed. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- . *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Siregar, Hotrun. "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila." *Jurnal Keindonesiaan*. Vol. 02, 2022. www.wearesocial.com.

- Sudirman, Sudirman, Arief Fauzan, and Rezki Amalia Wahyuni Mustakim. "Pembuatan Website Sebagai Media Pencitraan Dan Promosi INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK." *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat* 4, no. 1 (2023): 1–8.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1996.
- . *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Utami, and Rendita Anugrah. "Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Optimalisasi Media Sosial." <https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--peningkatan-kualitas-pelayanan-publik-melalui-optimalisasi-media-sosial>, 2020.
- Wahyu Nillasari, Betty. *Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Wahyuddin, H. "Strategi Humas Kanwil Kementerian Agama Sulawesi Selatan Dalam Penyebarluasan Informasi Melalui Media Online," 2016, 1–105.
- Warjiyati, Sri. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Good Governance Dalam Pelayanan Publik." *Jurnal Hukum Islam XVIII*, no. 1 (June 2018): 119–32.
- Yin, R. *Case Study Research: Design and Methods*. 3rd editio. California: Thousands Oaks, 2003.
- Yuliyati, Erlina. "Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Total Quality Management Di Smk Muhammadiyah Prambanan." *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2020): 24–35. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.967>.
- Yunus, Nur Rohim. "Menciptakan Good and Clean Government Berbasis Syariah Islamiyah Dalam Tata Kelola Pemerintahan Republik Indonesia." *Nur El-Islam Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan* 3, no. 1 (April 2016): 143–75.
- Zahara, Zakiatul, and Januar Eko Aryansah. "Media Sosial Dan Pelayanan Publik: Pengaruh Adopsi Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan." *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan* 14, no. 1 (2023): 63–82. <https://doi.org/10.23960/administratio.v14i1.352>.

LAMPIRAN

Surat Izin Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang http://fitk.uin-malang.ac.id email : fitk@uin-malang.ac.id	
Nomor	: 2454/Un.03.1/TL.00.1/11/2023	7 November 2023
Sifat	: Penting	
Lampiran	: -	
Hal	: Izin Survey	
Kepada		
Yth. Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar		
di		
Kabupaten Blitar		
Assalamu'alaikum Wr. Wb.		
Dengan hormat, dalam rangka penyusunan proposal Skripsi pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:		
Nama	: Aini Mahfudhoh	
NIM	: 20016110052	
Tahun Akademik	: Ganjil - 2023/2024	
Judul Proposal	: Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Peningkatan Mutu Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar	
Diberi izin untuk melakukan survey/studi pendahuluan di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu		
Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.		
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.		
		 Dekan, Bidang Akademik M. Mhammad Walid, MA 19730823 200003 1 002
Tembusan : 1. Ketua Program Studi MPI 2. Arsip		

Surat Balasan Menerima Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BLITAR**

Jalan Ahmad Yani Nomor 103 Blitar 66131
WA Center 082140075373
Email: kabblitar@kemenag.go.id Website: blitar.kemenag.go.id

Nomor : B-689/Kk.13.31.01/PP.00.9/01/2023 9 November 2023
Sifat : Biasa
Lamp : -
Hal : Pemberian Izin Survey

Kepada

Yth. Dekan Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Di

Tempat

Menindaklanjuti surat dari Dekan Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang nomor:2545/Un.03.1/TL.00.1/11/2023 tanggal 07 November 2023 hal Izin Survey. Dengan ini kami tidak keberatan memberikan izin atas permohonan tersebut.

Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi nomor HP/WA : 082230846795 a.n. Axelda Martha.

Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Kepala,



Baharuddin

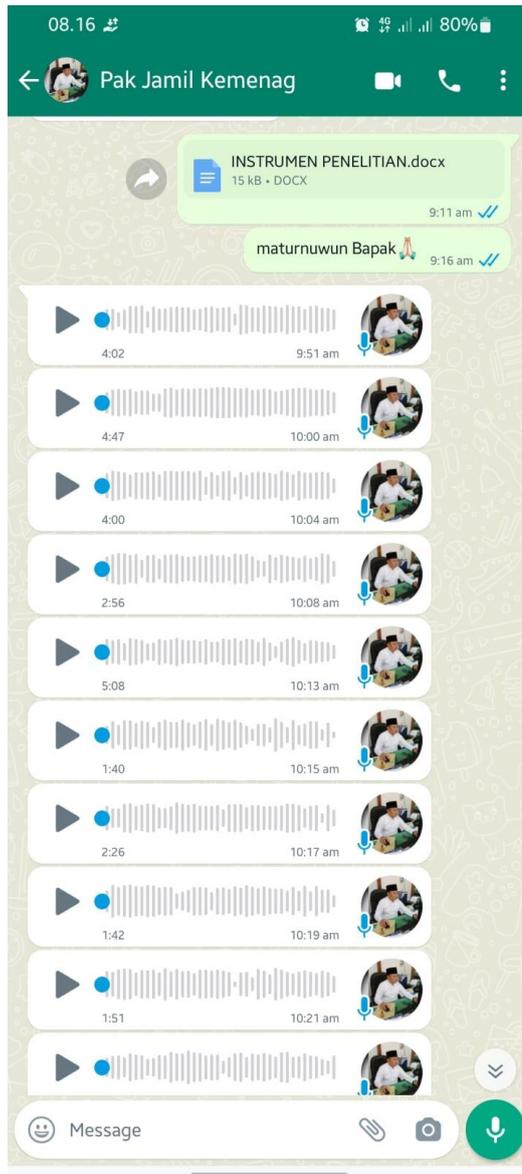
Dokumentasi Wawancara dengan Kasubag TU



Dokumen Wawancara dengan Tim Pengelola Media Sosial



Dokumentasi wawancara dengan Kasi Humas melalui *WhatsApp*



Transkrip Wawancara

1. Transkrip wawancara dengan Kasubag TU

Nama : Drs. Syaikhul Munib, M.Ag
 Jabatan : Kepala Sub Bagian Tata Usaha Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar
 Hari/ Tanggal : 29 Desember 2023
 Waktu : 10.14 – 10.21 WIB
 Tempat : Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar,
 Jl. Ahmad Yani No.103, Sananwetan, Kec.
 Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur 66137

No	Peneliti	Informan
1.	Bagaimana SOP atau peraturan pengelolaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Blitar untuk meningkatkan mutu pelayanan informasi?	Jadi, untuk media sosial yang kita kembangkan di sini, memang secara umum dipegang pelaksana dari humas, mereka punya tim yang bisa membantu kinerja untuk operasional itu, kita ada grup waka humas madrasah-madrasah negeri se-Kabupaten Blitar yang bisa back-up berita, materi, konten dari tim medsos. Kita sendiri menyediakan materi dengan misalkan masing-masing ruangan ada kegiatan untuk selalu berkoordinasi dengan tim medsos, yaitu mbak Axel. Mbak Axel sendiri sebagai coordinator yang bertugas mengupload berita secepatnya, sehingga tidak terjadi berita yang terlalu lama atau ga update.
2.	Apakah ada perencanaan program pembentukan tim media sosial?	Kita hari ini berfikiran untuk mengadakan personil yang memang khusus punya keahlian atau konsen di bidang itu saja. Jadi tidak terpengaruh pekerjaan lain, yang khusus pegang medsos. Nah ini kita coba analisis untuk cari personil tersebut.
3.	Apakah ada kegiatan yang dapat menunjang atau meningkatkan kualitas SDM tim media sosial?	Secara standar ada pelatihan tentang kehumasan, medsos kan bagian dari humas, dan humas sendiri ada pelatihannya secara berjenjang yang dilaksanakan di tingkat wilayah maupun tingkat pusat.
4.	Apakah Kementerian Agama Kabupaten Blitar menjalin kerjasama dengan pihak luar?	Kemarin ada yang nawarin itu pihak Radar Blitar, tetapi kita belum tindaklanjuti. Mungkin suatu saat kita akan kerjasama dengan media yang sudah berjalan atau

		mungkin dengan youtuber, atau teman penyuluh lain, atau praktisi pelaku medsos.
5.	Apakah ada anggaran terkait pengelolaan media sosial untuk pelayanan informasi?	Secara spesifik kalo ngomong anggaran itu tidak ada, tapi mungkin kalo secara teknis anggaran ini bersumber dari anggaran negara dan bisa dari anggaran mandiri. Mungkin kita bisa melakukan kegiatan melalui dana non budgeter tadi.
6.	Bagaimana evaluasi yang dilakukan dalam pengelolaan media sosial?	Jadi, kalau secara rutin dalam konteks kehumasan saja yang dilakukan dalam pertemuan sekjen. Tapi secara insidental kita adakan. Kaitannya dengan berita baru, masukan <i>layout</i> untuk tata letak media sosial, nambah <i>space</i> , itu kita lakukan.
7.	Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengelolaan media sosial baik dari internal maupun eksternal?	Kendala pasti ada, jadi secara internal, kita memang kekurangan SDM, jumlah kita masih terbatas. Kedua, tentunya kaitannya dengan infrastruktur atau jaringan. Kita masih belum terlalu optimal. Ketiga, followersnya belum banyak. Kita sebenarnya berharap teman-teman madrasah itu bisa menjadi follower, tapi pada praktiknya ternyata belum. Kalau secara eksternal, berita-berita yang disajikan di institusi pemerintah kan tidak menarik memang, kan lebih menarik berita-berita yang berkaitan dengan sesuatu yang lebih fenomenal. Kalau bicara budaya mungkin orang kurang tertarik pada media sosial dengan materi agama, tetapi ini bukan sebuah hambatan, tetap kita memegang prinsip keterbukaan.
8.	Apakah masyarakat memberikan tanggapan baik positif maupun negatif terhadap penggunaan media sosial dalam penyebaran informasi publik?	Kalau dilihat dari like dan subscribe kita memang harus bekerja keras lagi karna mungkin belum terlalu banyak. Tapi kalau dilihat dari komunikasi, kami sudah menerapkan prinsip keterbukaan. Memang nanti keterlibatan masyarakat perlu kami tingkatkan.
9.	Apakah penggunaan media sosial ini sudah membantu penyebaran informasi untuk pelayanan di kantor?	Iya, benar sudah tersampaikan, paling tidak info-info tentang kegiatan di Kemenag, <i>good news</i> -nya sudah bisa terus kita sampaikan. Sesuai dengan instruksi pimpinan, mari kita terus memberikan berita-berita baik.

2. Transkrip Wawancara dengan Kasi Humas

Nama : Jamil Mashadi
 Jabatan : Kepala Seksi Humas Kantor Kementerian Agama
 Kabupaten Blitar
 Hari/ Tanggal : 16 November 2023
 Waktu : 09.11 – 10.23 WIB
 Tempat : Melalui aplikasi WhatsApp

No	Peneliti	Informan
1.	Apa tujuan utama penyebaran informasi publik Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Secara umum tujuan pemberian informasi kepada masyarakat ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu tugas pemerintah yaitu pelayanan pembinaan dan perlindungan kepada masyarakat khusus terkait informasi. Maka, tujuan yang pertama adalah dalam rangka menjamin terpenuhinya hak masyarakat untuk memperoleh informasi. Kita harapkan masyarakat mengetahui program dan kegiatan apa saja yang akan, sudah, dan sedang dilaksanakan Kementerian Agama. Kita juga ingin ini menjadi media untuk mencerdaskan bangsa, tentu tidak hanya <i>news</i> atau berita tetapi juga ilmu, misalnya tentang kajian agama, strategi pendidikan, aturan pendidikan, dan hal lainnya.
2.	Bagaimana teknik atau strategi komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut?	Ada beberapa strategi komunikasi yang kami gunakan. Kami berusaha untuk aktif membuat konten dan memberi informasi apapun yang sekiranya diberikan pemerintah termasuk juga dengan pelayanan haji, bagaimana peningkatan kualitas pelayanan haji, pencatatan pernikahan, kualitas beragama, harmonisasi beragama, pendidikan formal dan non formal. Selain itu, menjalin kerjasama dengan teman media lain, baik media cetak maupun elektronik termasuk radio dan televisi, kita juga aktif bersama para penggiat media sosial untuk

		bagaimana membuat konten yang bermanfaat untuk ummat bukan sekedar trending tapi kita mendorong konten yang kita <i>publish</i> ini membawa masalahat.
3.	Bagaimana Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan publik?	<p>Karena selama ini kita berinteraksi dengan masyarakat setiap hari, maka sedikit banyak mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan masyarakat. Selain melihat intensitas masyarakat yang datang ke kantor, kita juga mencermati informasi di media sosial, apa topik yang sedang tren, itu kita penetrasi ke dalam agar masyarakat memperoleh informasi yang akurat. Tentu selain itu kita juga membangun komunikasi silaturahmi dengan stakeholder, pemimpin agama, majelis keagamaan, tokoh masyarakat, pimpinan lintas agama, agar kita memperoleh gambaran tentang hal-hal yang sekiranya dibutuhkan masyarakat, bukan hanya informasi tetapi juga program yang dibutuhkan masyarakat.</p> <p>Kita melibatkan tim yang ada meskipun terbatas, karena dengan pertimbangan dari teman-teman ini informasi nantinya dapat lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu kita secara periodic juga melakukan pemantauan dan evaluasi seberapa efektif dan efisien media yang kita berikan.</p> <p>Hari ini informasi yang tinggi dan banyak diakses itu tentang pelayanan haji, pembangunan tempat ibadah, dan pendidikan, misalnya kelulusan, kurikulum merdeka, perubahan kebijakan pemerintah dan banyak sekali.</p>
4.	Media apa yang digunakan Kementerian Agama Kabupaten Blitar dan bagaimana publik mengakses media tersebut?	Ada beberapa media yang kita gunakan, selain media komunikasi konvensional seperti silaturahmi, tatap muka, berinteraksi melalui telepon, menggunakan WA dan media-media

		yang ada. secara khusus Kementerian Agama memiliki beberapa web yang bisa diakses masyarakat, baik itu yang dikelola oleh Kementerian Agama maupun oleh teman-teman di masing-masing seksi. Yang pertama, blitar.kemenag.go.id . Selain itu juga ada nomer WA dan IG. Juga <i>Contact Person</i> untuk langsung berinteraksi dengan Kementerian Agama
5.	Apa saja yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten media sosial?	Informasi yang kita sampaikan harus <i>credibel</i> , akurat, berimbang, obyektif. Kita harus mengedepankan integritas atau kejujuran. Karna menyangkut pelayanan publik, maka kita harus professional. Kita harus responsive atau tanggap atas reaksi yang diberikan masyarakat. Yang penting lagi adalah konstruktif, segala sesuatu harus bersanad karena berkaitan dengan pelayanan keagamaan. Harus beretika, menjaga marwah instansi, tentu karena kaitannya dengan kepercayaan publik jangan sampai sembrono, nanti menjadikan kepercayaan publik kepada instansi itu berkurang. Termasuk konten itu tidak boleh bertentangan dengan peraturan Undang-undang yang berlaku.
6.	Bagaimana alur publikasi konten media sosial?	Kita sudah membuat prosedur atau SOP sedemikian rupa sehingga informasi yang akan kita <i>publish</i> benar-benar sudah ter-filter dan ter-konfirmasi. Petugas informasi di depan itu menyerahkan informasi kepada tim untuk kemudian kita evaluasi, berdasarkan kaidah dan hal-hal yang apakah informasi ini bisa dipertanggungjawabkan dan membawa maslahat, dan seterusnya. Ini kita bahas secara khusus, kemudian ada titik temu, kemudian kita sepakati, tentu ada perubahan berdasarkan dari saran dan masukan dari teman-teman ahli di bidang

		keagamaan karena menyangkut informasi keagamaan. Selanjutnya, setelah semua terverifikasi kita sampaikan ke pejabat berwenang informasi yang sudah kita susun nanti kita <i>publish</i> melalui website maupun media yang lain.
7.	Apa kendala yang dirasakan Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar dalam memberikan pelayanan informasi?	Karena Kementerian Agama tidak cukup memiliki SDM yang berkaitan dengan penguatan komunikasi publik, kami di Kementerian Agama harus mampu mengaktifkan SDM yang ada, baik manusia maupun lainnya, Ketersediaan <i>software</i> dan <i>hardware</i> termasuk dukungan dari pejabat. Ini terkadang menjadi kendala tersendiri. Tapi <i>alhamdulillah</i> beberapa tahun terakhir Kementerian Agama Pusat mendorong agar kantor-kantor daerah memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat.
8.	Bagaimana evaluasi pelaksanaan pelayanan informasi melalui media sosial?	Secara khusus kita melakukan evaluasi, kita melihat sejauh mana respon atau <i>feedback</i> masyarakat terhadap informasi yang kita berikan baik itu berupa konten maupun informasi-informasi yang kita bagikan. Evaluasi dilakukan setiap 2 minggu sekali, tetapi juga secara periodik karena ada hal-hal yang menjadi <i>trending topic</i> di media sosial dan itu menyangkut informasi keagamaan maupun pelayanan yang lainnya.
9.	Bagaimana respon publik terhadap konten media sosial? Apakah pengelolaan media sosial ini memberikan dampak positif terhadap proses pelayanan informasi atau sebaliknya?	Sejauh ini respon masyarakat memang masih belum seperti yang kita harapkan, tapi kita terus berusaha agar informasi yang kita berikan dapat memberi manfaat. Kita terus kuatkan informasi yang sedang trending di masyarakat seperti informasi haji dan pendidikan. Untuk yang lain-lain tetap kita <i>publish</i> tetapi

	frekuensi aksesnya tidak setinggi yang bidang 2 tadi. Sejauh ini memang responnya positif meskipun memang ada satu dua yang memberikan respon negatif terkait dengan pribadi-pribadi. Tapi kalo layanan publik <i>insyaallah</i> tidak. Apa yang kita lakukan ini merupakan amanah UUD 1945 pasal 28F dan Permen PAN RB birokrasi informasi termasuk media sosial oleh lembaga pemerintah untuk mewujudkan aparatur negara yang bersih dan mensosialisasikan tujuan pembangunan, dan seterusnya.
--	---

3. Transkrip wawancara dengan tim pengelola media sosial

Nama : Axelda Martha, S.Pd
 Jabatan : Pegawai Humas dan Anggota tim pengelola media sosial
 Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar
 Hari/ Tanggal : 1 November 2023 dan 28 Desember 2023
 Waktu : 09.26 WIB dan 09.13 – 09.54 WIB
 Tempat : Melalui aplikasi WhatsApp dan ruangan Humas Kantor
 Kementerian Agama Kabupaten Blitar

No	Peneliti	Informan
1.	Apa tujuan utama penyebaran informasi publik Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Secara umum, tujuan utama penyebaran informasi publik Kementerian Agama Kabupaten Blitar adalah agar masyarakat memahami dan menerima kebijakan dan program yang sudah, sedang dan akan dijalankan. Selanjutnya, pemahaman dan penerimaan informasi ini diharapkan dapat membangun citra positif, membangun kepercayaan publik, juga meningkatkan dukungan dan partisipasi masyarakat.

2.	Bagaimana teknik atau strategi komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut?	Dalam upaya mencapai tujuan komunikasi digunakan metode <i>Planning</i> (perencanaan), <i>Organizing</i> (pengelolaan sumber daya), <i>Actuating</i> (pelaksanaan program) dan <i>Controlling</i> (monitoring dan evaluasi) atau biasa disebut POAC. Metode ini menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan penyebaran informasi.
3.	Bagaimana Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan publik?	Ada beberapa hal yang dilakukan untuk mengidentifikasi informasi, pertama adalah monitoring isu publik di media massa dan media sosial. Identifikasi ini digunakan untuk melihat opini dan aspirasi masyarakat terkait lembaga. Selanjutnya dipilih isu mana yang penting dan perlu diangkat. Juga dilakukan pemantauan layanan permohonan informasi dan pengaduan masyarakat. Terakhir, analisis program/kebijakan lembaga, terutama program prioritas. Saat ini, terdapat narasi kunci strategi komunikasi Kementerian Agama, yaitu “Amplifikasi capaian tujuh program prioritas dan program <i>legacy</i> Kementerian Agama”. Jadi, sebisa mungkin dapat mengangkat program prioritas dan program <i>legacy</i> Kementerian Agama.
4.	Media apa yang digunakan Kementerian Agama Kabupaten Blitar dan bagaimana publik mengakses media tersebut?	Kementerian Agama Kabupaten Blitar menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi, yaitu secara <i>online</i> dan <i>offline</i> . Secara <i>online</i> , terdapat website (blitar.kemenag.go.id), Youtube (Kemenag Kab. Blitar), instagram (@kemenagkabblitar), tiktok (@kemenagkabblitar), WA Center dan email (kabblitar@kemenag.go.id). Publik dapat mengakses seluruh kanal secara gratis. Selain menerima

		<p>informasi, publik juga dapat menyampaikan opini, aspirasi dan permohonan informasi melalui media-media di atas.</p> <p>Secara <i>offline</i>, informasi disampaikan melalui pengadaan <i>event</i> dan diseminasi informasi kepada kepala madrasah, kepala KUA, penyuluh, dan pengawas untuk selanjutnya disampaikan ke karyawan, guru, murid, dan/atau warga binaan masing-masing.</p>
5.	Apa saja yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten media sosial?	<p>Beberapa hal yang diperhatikan dalam pembuatan konten media sosial adalah kesesuaian isi atau materi dan kesesuaian media. Konten yang dihasilkan harus sejalan dengan visi dan misi lembaga, mendukung program prioritas Kementerian Agama, dan tidak mengandung SARA.</p>
6.	Bagaimana alur publikasi konten media sosial?	<p>Alur publikasi konten media sosial dimulai dengan penentuan jenis informasi yang akan dipublikasikan melalui <i>monitoring</i> isu atau analisis program. Selanjutnya, dilakukan pemetaan khalayak atau target publikasi. Penentuan target publikasi selanjutnya berhubungan dengan pemetaan media yang digunakan. Setelah melalui tahap-tahap di atas, selanjutnya ke tahap produksi konten dan evaluasi.</p>
7.	Apa kendala yang dirasakan Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar dalam memberikan pelayanan informasi?	<p>Secara <i>offline</i>, tak ada kendala berarti dalam pelayanan informasi. Namun, secara <i>online</i>, keterbatasan personil menjadi kendala. Keterbatasan personil ini selanjutnya mempengaruhi kecepatan produksi dan menjadikan beberapa informasi tidak dapat tersedia secara <i>up to date</i>. Jenis informasi yang dipublikasikan juga terbatas, tidak dapat mengakomodir keseluruhan program prioritas</p>

		(masih terpaku pada diseminasi kegiatan kelembagaan) dan tidak merata pada seluruh kanal media.
8.	Bagaimana evaluasi pelaksanaan pelayanan informasi melalui media sosial?	Perlu adanya kerjasama dengan berbagai pihak untuk dapat berkontribusi dalam kegiatan pelayanan informasi. Skema kontributor untuk pemberitaan di website sudah tersedia. Kontributor terdiri dari penyuluh, pengawas, dan guru madrasah. Setiap kontributor memiliki akun untuk dapat menulis berita di website dengan humas sebagai editor berita. Skema ini akan segera diberlakukan dan diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ada. Namun, belum ditemukan skema yang sesuai untuk jenis media lain.
9.	Bagaimana respon publik terhadap konten media sosial? Apakah pengelolaan media sosial ini memberikan dampak positif terhadap proses pelayanan informasi atau sebaliknya?	Publik memberikan respon positif, ditandai dengan adanya dukungan di media sosial. Dampak positif terlihat dari adanya partisipasi masyarakat berupa opini, aspirasi dan permohonan informasi yang diberikan melalui media sosial yang dimiliki Kemenag Kab. Blitar.

4. Transkrip wawancara dengan pengguna media sosial

Nama : Indiyah Utami
 Jabatan : Kepala Sekolah MIS Sananul Huda Selorejo, Blitar
 Hari/ Tanggal : 26 Januari 2024
 Waktu : 10.17 -15.32 WIB
 Tempat : Melalui aplikasi WhatsApp

No.	Peneliti	Informan
1.	Apa jenis media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang anda ketahui dan ikuti? Bagaimana tanggapan anda?	Media sosial kemenag yang saya tahu hanya pedma mbak. Kalau pendma menurut saya sudah sangat memudahkan lembaga. Kalau Instagram bagus mbak.

2.	Apakah informasi yang disampaikan akurat, menarik, dan tersampaikan dengan baik?	Bagus mbak, kontennya juga informatif dan menarik. Dengan adanya Instagram semua jadi tahu info-info.
3.	Apa kendala yang anda rasakan dalam mencari informasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Masyarakat umum masih banyak yang belum punya IG, buka nya Facebook
3.	Apa saran yang ingin anda sampaikan terkait layanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Sepertinya tidak ada

5. Transkrip wawancara dengan pengguna media sosial

Nama : Arina Izzatul Ulya
 Jabatan : Operator MIS Mamba'ul Ulum Tawangrejo, Blitar
 Hari/ Tanggal : 26 Januari 2024
 Waktu : 07.03 -11.10 WIB
 Tempat : Melalui aplikasi WhatsApp

No.	Peneliti	Informan
1.	Apa jenis media sosial Kementerian Agama Kabupaten Blitar yang anda ketahui dan ikuti? Bagaimana tanggapan anda?	Adanya media sosial kemenag dapat membantu saya mengetahui informasi terkini seputar kemenag dengan cepat dan efisien
2.	Apakah informasi yang disampaikan akurat, menarik, dan tersampaikan dengan baik?	Sangat membantu saya mengetahui informasi terkini seputar kemenag dengan cepat dan efisien
3.	Apa kendala yang anda rasakan dalam mencari informasi Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Saya rasa sudah cukup sesuai dan dapat saya pahami
3.	Apa saran yang ingin anda sampaikan terkait layanan informasi di Kementerian Agama Kabupaten Blitar?	Saya rasa tidak ada

Daftar Riwayat Hidup



Nama : Aini Mahfudhoh
 NIM : 200106110052
 Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 24 Februari 2001
 Tahun Aktif : 2020-2024
 Alamat : Jalan Diponegoro, RT. 001 RW. 004 Desa
 Kalipucung, Sanankulon, Blitar
 No. HP : 085648559347
 E-mail : mahfudhhaq15@gmail.com
 Instagram : @aini_aiinn
 Riwayat Pendidikan : 2005-2007 TK Al-Hidayah
 2007-2013 MI Plus Raudlatul Muta'allimin
 2013-2016 MTsN 1 Kota Blitar
 2016-2019 MAN 3 Jombang
 2020-sekarang UIN Maulana Malik Ibrahim Malang